

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

## CENTROS DE ESTUDIOS DE POSGRADO

### MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

#### TEMA:

---

“LA COMUNICACIÓN RADIAL Y SU INCIDENCIA EN LA INTEGRACIÓN  
COMUNITARIA DE LA ZONA RURAL DE LA PARROQUIA DE  
CUNCHIBAMBA, EN EL CANTÓN AMBATO”

---

Trabajo de investigación Previo a la Obtención del Grado de Magíster en Gestión  
de Proyectos Socio Productivos.

#### AUTORA:

Adriana María Romero Cuervo

#### TUTOR:

Ing. Alberto Lara

AMBATO-ECUADOR

2016

## **AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Adriana María Romero Cuervo, declaro ser autora del Proyecto de Tesis, titulado “LA COMUNICACIÓN RADIAL Y SU INCIDENCIA EN LA INTEGRACIÓN COMUNITARIA DE LA ZONA RURAL DE LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA, EN EL CANTÓN AMBATO.”, como requisito para optar al grado de “Maestría en Gestión de Proyectos Socio productivos”, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, a los 10 días del mes de Noviembre de 2016, firmo conforme:

Autor: Adriana María Romero Cuervo  
Firma

Número de Cédula: 1720686144  
Dirección: Calle 5 de Junio y Darquea  
Correo Electrónico: mariameni@hotmail.com  
Teléfono: 0979054748 / 0987858308

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, nombrado por el H. Consejo Superior de Postgrado de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

### **CERTIFICO:**

Que el Trabajo de Investigación Científica: “LA COMUNICACIÓN RADIAL Y SU INCIDENCIA EN LA INTEGRACIÓN COMUNITARIA DE LA ZONA RURAL DE LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA, EN EL CANTÓN AMBATO”, presentada por el maestrante: Adriana María Romero Cuervo, del programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socio productivos, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a las evaluaciones del Jurado Examinador que el H. Consejo de Posgrado designe.

Ambato, noviembre 2016

### **EL TUTOR**

---

Ing. Ab. Alberto Lara, MBA

C.I: 0200721553

## **AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

El abajo firmante en calidad de estudiante de la Maestría en Gestión de Proyectos Socio productivos, declaro que los contenidos de este Trabajo de Investigación Científica, requisito previo a la obtención del Grado de Magíster en gestión de proyectos Socio productivos, son absolutamente originales, auténticos, personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Ambato, noviembre 2016

## **EL AUTOR**

---

Adriana María Romero Cuervo

CI: 1720686144

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

El Trabajo de Investigación Científica, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previa la obtención del Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio productivos, por lo tanto autorizamos al postulante a la presentación a efectos de su sustentación pública.

Ambato, noviembre 2016

### **EL JURADO**

---

PRESIDENTE DEL JURADO

---

MIEMBRO DEL JURADO

---

MIEMBRO DEL JURADO

## **DEDICATORIA**

A Dios todo poderoso, que me ha bendecido con la oportunidad de estudiar esta maestría, a Daniel, Mateo Juanita y a todos aquellas personas que me han apoyado y han puesto su confianza siempre en mí.

Gracias familia.

## **AGRADECIMIENTO**

En especial a los docentes facilitadores que se preocuparon por formar verdaderos profesionales, a Jaqueline Peñaherrera por ser un ejemplo y una maestra exigente y motivadora. A mis compañeros que fueron solidarios y a mi tutor Alberto Lara, por demandar de mí lo mejor que pude dar.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>PORTADA .....</b>	<b>- 1 -</b>
<b>AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN .....</b>	<b>I</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR .....</b>	<b>II</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>III</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>X</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS.....</b>	<b>XI</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XII</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY.....</b>	<b>XIII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>2</b>
<b>EL PROBLEMA .....</b>	<b>2</b>
Línea de Investigación.....	2
Planteamiento del Problema .....	3
Árbol de problemas.....	8
Análisis Crítico .....	9
Prognosis.....	11
Formulación del Problema.....	12
Delimitación.....	12
Justificación.....	12
Objetivos.....	14
Objetivo General.....	14
Objetivos Específicos .....	14



<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>15</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
Antecedentes de la Investigación .....	15
Fundamentaciones .....	17
Fundamentaciones filosóficas.....	17
Fundamentación Legal.....	18
Hipótesis .....	34
Variables .....	35
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>36</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>36</b>
Modalidad de la investigación .....	37
Tipo o nivel de investigación.....	38
Población y Muestra .....	39
Operacionalización de las variables .....	41
Recolección de información .....	43
Técnicas e Instrumentos.....	43
Plan de Procesamiento de Información .....	43
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>45</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>45</b>
Resultados de la encuesta .....	46
Verificación de Hipótesis.....	62
Decisión .....	66
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>67</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>67</b>
Conclusiones.....	67
Recomendaciones .....	67
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>69</b>
<b>PROYECTO .....</b>	<b>69</b>
<b>TEMA: .....</b>	<b>69</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>69</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>70</b>
<b>1. Datos Generales.....</b>	<b>73</b>
1.1 Nombre del Proyecto .....	73
1.2Entidad Ejecutora .....	73

1.3 Cobertura y Localización .....	74
1.4 Monto .....	75
1.5 Plazo de Ejecución .....	75
1.6 Sector y Tipo de Proyecto .....	75
<b>2. Diagnóstico y Problema .....</b>	<b>76</b>
2.1 Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto....	76
2.2 Identificación, descripción y diagnóstico del problema. ....	79
2.3 Línea base del proyecto .....	82
2.4 Análisis de oferta y demanda .....	85
2.5 Identificación y caracterización de la población objetivo .....	88
Matriz de Involucrados .....	88
<b>3. Articulación con la Planificación .....</b>	<b>91</b>
<b>3.1 Alineación Objetivo Estratégico Institucional.....</b>	<b>91</b>
3.2 Contribución a los Objetivos de Plan Nacional del Buen Vivir. ....	91
<b>4. Marco Lógico.....</b>	<b>92</b>
4.1 Objetivo General .....	92
4.2 Objetivos Específicos .....	92
4.3 Indicadores de Resultados .....	92
4.4 Matriz Marco Lógico.....	93
<b>5. Análisis Integral .....</b>	<b>94</b>
5.1 Vialidad Técnica.....	94
5.1.1 Descripción de la Ingeniería del Proyecto .....	94
5.1.2 Especificaciones Técnicas .....	134
5.2 Viabilidad Financiera .....	135
5.2.1 Identificación, cuantificación y valoración de ingresos, beneficios y costos. ....	135
5.2.2 Flujos Financieros y Económicos.....	148
<b>6. Presupuesto detallado y fuentes de financiamiento .....</b>	<b>155</b>
<b>7. Estrategia de Ejecución .....</b>	<b>157</b>
7.1 Estructura Operativa .....	157
7.2 Cronograma .....	158
<b>8. Seguimiento y Evaluación.....</b>	<b>165</b>
8.1 Monitoreo de la Ejecución.....	165
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>167</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>170</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 1:</b> Diferencias entre el marketing directo y la publicidad.....	24
<b>Tabla N° 2:</b> Descripción de la población a investigar .....	39
<b>Tabla N° 3:</b> Operacionalización (Variable Independiente) .....	41
<b>Tabla N° 4:</b> Operacionalización (Variable Dependiente) .....	42
<b>Tabla N° 5:</b> Recolección de Información.....	43
Tabla N° 6: Género.....	46
Tabla N° 7: Edad .....	47
Tabla N° 8: ¿Escucha Radio?.....	48
Tabla N° 9: ¿Estación radial de su preferencia?.....	49
Tabla N° 10: ¿Horario de preferencia?.....	50
Tabla N° 11: ¿Programas radiales? .....	51
Tabla N° 12: ¿Por medio de la radio puede aprender temas educativos? .....	52
Tabla N° 13: ¿Cómo califica la programación radial? .....	53
Tabla N° 14: ¿Integración comunitaria en su localidad?.....	54
Tabla N° 15: ¿Integración comunitaria ayuda al desarrollo? .....	55
Tabla N° 16: ¿Programas radiales incentiven el aprendizaje? .....	56
Tabla N° 17: ¿Programas radiales encaminara a la integracion comunitaria? .....	57
Tabla N° 18: ¿Información radial?.....	58
Tabla N° 19: ¿Le gustaria ofertar su producción artesanal en la radio?.....	59
Tabla N° 20: ¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua? .....	60
Tabla N° 21: ¿Le gustaria unificar precios y comunicarse con otras comunidades por medio de la radio?.....	61
Tabla N° 22: Frecuencias Observadas.....	63
Tabla N° 23: Frecuencias Esperadas .....	63
Tabla N° 24: Tabla de Contingencia en SPSS .....	64
<b>Tabla N° 25:</b> Tabla de Contingencia .....	64
Tabla N° 26: Monto Total .....	75
Tabla N° 27: Tabla de Actividad Económica de la Parroquia.....	77
Tabla 28 N°: Tabla de Análisis de Alternativas .....	81
Tabla 29 Tabla de Línea Base de la Parroquia Cunchibamba .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Categorización .....	20
Gráfico N° 2: Constelación de ideas (VI).....	21
Gráfico N° 3: Constelación de ideas (VD .....	22
Gráfico N° 4: Marketing directo.....	23
Gráfico N° 5: Integración Social .....	29
Gráfico N° 6: Necesidades .....	30
Gráfico N° 7: Metáfora de la casita.....	30
Gráfico N° 8: Dimensión integración social comunitaria y sus configuraciones..	31
Gráfico N° 9: Dimensión socialización comunitario y sus configuraciones .....	32
Gráfico N° 10: Género.....	46
Gráfico N° 11: Edad .....	47
Gráfico N° 12: ¿Escucha Radio?.....	48
Gráfico N° 13: ¿Estación radial de su preferencia?.....	49
Gráfico N° 14: ¿Horario de preferencia?.....	50
Gráfico N° 15: ¿Programas radiales? .....	51
Gráfico N° 16: ¿Por medio de la radio puede aprender temas educativos? .....	52
Gráfico N° 17: ¿Cómo califica la programación radial?.....	53
Gráfico N° 18: ¿Integración comunitaria en su localidad? .....	54
Gráfico N° 19: ¿Integración comunitaria ayuda al desarrollo? .....	55
Gráfico N° 20: ¿Programas radiales incentiven el aprendizaje? .....	56
Gráfico N° 21: ¿Programas radiales encaminara a la integración comunitaria? ...	57
Gráfico N° 22: ¿Información radial?.....	58
Gráfico N° 23: ¿Le gustaría ofertar su producción artesanal en la radio?.....	59
Gráfico N° 24: ¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua?.....	60
Gráfico N° 25: ¿Le gustaría unificar precios y comunicarse con otras comunidades por medio de la radio?.....	61
Gráfico N° 26: $X^2$ Chi cuadrado SPSS.....	65
Gráfico N° 27: $X^2$ Chi cuadrado.....	66

## ANEXOS

Anexo N° 1: Encuesta .....	171
Anexo N° 2: Población de Cunchibamba .....	173
Anexo N° 3: Constitución Política del Ecuador.....	176
Anexo N° 4: Ley de Comunicación.....	177
Anexo N° 5: Fotografías.....	178
Anexo N° 6 Certificado del GADP Cunchibamba.....	181

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIOPRODUCTIVOS**

**RESUMEN EJECUTIVO**

**TEMA:** “LA COMUNICACIÓN RADIAL Y SU INCIDENCIA EN LA INTEGRACIÓN COMUNITARIA DE LA ZONA RURAL DE LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA, EN EL CANTÓN AMBATO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.” PERIODO 2014

**AUTORA:** Adriana María Romero Cuervo

**TUTOR:** Ing. Alberto Lara

El objetivo general de la presente investigación fue estudiar la relación entre la comunicación radial y la integración comunitaria que puede llegar a darse en la parroquia Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua. A partir de esto el enfoque con el cual se trabajó fue cuali-cuantitativa, sustentada con una investigación bibliográfica donde se obtuvo información de libros, artículos científicos sobre las variables de estudio, además de campo donde la población a estudiar fueron los habitantes de la Parroquia de Cunchibamba, a quienes se les formuló una encuesta, a fin de conocer su posición en cuanto a la comunicación radial e integración comunitaria. Con estos antecedentes se propuso la creación de un espacio de comunicación en radio para promover la integración comunitaria en la Parroquia de Cunchibamba.

**Palabras Claves:** Comunicación Radial, Integración comunitaria, Espacio de comunicación, Investigación bibliográfica, Investigación de campo

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**POSTGRADUATE CENTER**  
**MASTERS IN PROJECT MANAGEMENT PRODUCTIVE MEMBER**

**EXECUTIVE SUMMARY**

**TOPIC:** “THE RADIAL COMMUNICATION AND ITS IMPACT ON THE COMMUNITY INTEGRATION OF THE RURAL AREA CUNCHIBAMBA IN THE CITY OF AMBATO, TUNGURAHUA PROVINCE” PERIOD 2014.

**AUTHOR:** Adriana María Romero Cuervo

**TUTOR:** Ing Alberto Lara

The overall objective of this research was to study the relationship between radio communication and community integration that could exist at the Cunchibamba parish in the city of Ambato at the Tungurahua Province. The approaches I was working with were qualitative and quantitative, supported by a literature review where information was taken from books and scientific papers about the study of the variables obtained, in addition, this field, where the study of the population was based on the inhabitants of the Cunchibamba parish, to whom I formulated a survey in order to know its position regarding radio communication and community integration. With this background the creation of a space radio communication was proposed to promote community integration at the Cunchibamba parish.

**Keywords:** Radial Communication, Community Integration, Communication space, bibliographic research, field research.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo actual de investigación comprende de seis capítulos que se describen a continuación:

**En el Capítulo I, Problema,** se desarrolla la contextualización Macro, Meso y Micro, se analiza el Problema, en base al árbol de problemas, la prognosis, la delimitación del problema, además de la justificación y objetivos de la investigación.

**En el Capítulo II, Marco Teórico,** contiene los antecedentes investigativos, la fundamentación legal, se incluye las categorías fundamentales, con la fundamentación teórica de las variables de investigación.

**En el Capítulo III, Metodología,** se especifica el enfoque, la modalidad y el tipo de investigación, se determina la población y muestra, además de la operacionalización de variables.

**En el Capítulo IV, Análisis e Interpretación de resultados,** incluye el análisis e interpretación de cada una de las preguntas además de la verificación de la hipótesis de investigación.

**En el Capítulo V,** se establece las Conclusiones y Recomendaciones a las cuales se llegó en la investigación desarrollada.

**En el Capítulo VI, Propuesta,** se plantea la creación de un espacio de comunicación en radio para promover la integración comunitaria en la Parroquia de Cunchibamba.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **Tema**

La comunicación radial y su incidencia en la integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

#### **Línea de Investigación**

Entre las líneas de investigación facilitadas por la UTI para la realización de este tipo de proyectos se encuentra la de Bienestar Humano, la más adecuada para este plan:

BIENESTAR HUMANO: El bienestar humano promueve el acceso a la vivienda, a la justicia, a la salud, y a la educación. El acceso a la vivienda se entiende como el estudio de los asentamientos humanos, urbanos y rurales al estructurarse según sus múltiples necesidades espaciales quienes demandan la aplicación de respuestas basadas en reglas y normas propias, la arquitectura y el urbanismo son evidencias de aquellas respuestas. El acceso a la educación se entiende como el motor de la sociedad ecuatoriana, que busca el desarrollo de las capacidades intelectuales que posibiliten la adquisición de saberes para mejorar progresivamente la calidad de vida, con un enfoque de derechos, de género, intercultural e inclusiva, fundamentada en el conocimiento científico y la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, para resolver los problemas de la sociedad, considerando al currículo, los actores sociales, los avances científicos y tecnológicos. El acceso a la justicia se orienta al estudio de las relaciones sociales, públicas y privadas, nacionales e internacionales, en busca de precautelar y defender los derechos y garantías individuales y colectivas, enmarcados en la Constitución, y la legislación vigente en el Estado Ecuatoriano. Por otro lado, en lo que respecta a la salud pública, su accionar se orienta a la búsqueda de estrategias que faciliten la prevención primaria de la salud mental dirigida al beneficio de la comunidad con la que la universidad se vincula, así como también contribuir con estrategias que faciliten el seguimiento de las intervenciones en el área de la salud mental. (Políticas y



Como se ve en esta definición, la eficacia del proyecto siempre se verá reflejada en el bienestar humano y social.

El enfoque de esta línea de investigación, abre la puerta a una exploración adecuada del factor humano y su bienestar, en el sentido socio productivo sugerido por esta práctica de estudio y su objetivo real que es el de una propuesta que aporte en ambos sentidos.

El tema planteado en este proyecto sobre la incidencia de la desinformación radial comunitaria en una comunidad local bilingüe se relaciona directamente con esta línea de investigación, puesto que se refiere específicamente al bienestar humano en pro de la prevención primaria de la salud mental de un grupo de personas de una parroquia rural, que representa una colectividad con derechos enmarcados en la Constitución y la legislación vigente del Estado Ecuatoriano.

Si se consigue resolver este problema de desinformación de manera didáctica y técnica por medio de herramientas comunicacionales bilingües que van más allá de la lúdica y la educación, se estaría contribuyendo a una mejoría progresiva de la calidad de vida con un enfoque definitivamente intercultural y progresivo que permitirá, no sólo fomentar las tradiciones socioculturales, sino la utilización de nuevas tecnologías enfocadas al bienestar económico, social y cultural de la comunidad.

## **Planteamiento del Problema**

### **Contextualización**

Según las fuentes de investigación, se encuentra que en los niveles Macro, Meso y Micro se pueden destacar los siguientes datos:

## **Macro**

En países latinoamericanos, como en muchos europeos y de primer mundo, cobran desde hace mucho tiempo, gran importancia los medios masivos gubernamentales, en especial la radio pública, por ser un canal económico y de fácil tecnicidad para llegar a zonas poco asequibles. En el Ecuador no podía ser la excepción.

En investigaciones previas, se ha logrado indagar sobre las motivaciones para llevar a cabo proyectos de radio nacional en el país, según Ordoñez (2013) manifiesta:

La Radio Pública en Ecuador se inauguró el 27 de agosto del 2008 y Cesar Farah empezó dirigiéndola. Según Farah, los inicios de la radio se van a apoyar en la participación ciudadana, con variada programación hablada, y en menor grado programación musical. Resaltaba en la entrevista que le hizo Radio Francia Internacional a Farah, que el valor de un medio público está en la posibilidad de dar a la ciudadanía una visión equilibrada, para dar participación a todas las tendencias, inclusive a los críticos del gobierno (p. 138).

Según Romina Ordoñez, durante su investigación, era inminente la necesidad de crear este medio en El Ecuador para estar a la altura de otros países en vía de desarrollo.

Esta decisión tomada y ejecutada durante el gobierno del Presidente Rafael Correa, quien se preocupó por aclarar al país que su intención no era manipular los medios, sino por el contrario hacer que éstos fueran propiedad del propio pueblo, aumenta de manera importante las posibilidades comunicativas allegadas incluso a zonas rurales de poco acceso que representan gran parte de la población nacional.

En este país, como en muchos otros lugares del mundo la aparición de la radio ha marcado historia y ha acompañado los mejores y los peores momentos de la nación; es un medio tan trascendental que se encuentra en cada familia de la sociedad sin discriminar raza, cultura, economía ni nivel académico, y por lo tanto

ha sido aprovechado para llegar a cada una de ellas, tanto emitiendo mensajes como recibiendo.

## **Meso**

En la ciudad de Ambato la radio fue un adelanto tecnológico que llegó para fortalecer la sociedad, educar y entretener. Además el portal WordPress (2006) en una de sus publicaciones indica:

En Ecuador como en muchos países de principio de siglo, no disponían de la tecnología de avanzada de esa época y lo poco que se sabía era gracias a unos pocos entusiastas de esta nueva forma de comunicarse, las noticias técnicas llegaban en revistas o libros que leían unos pocos privilegiados. El Guayaquil Radio Club fue fundado el 9 de mayo de 1923, en una época en que las comunicaciones radiales recién se estaban iniciando en el país. En efecto para el Ecuador de 1923, la "Telegrafía sin hilos" era todavía una novedad, aunque ya estaba en uso desde comienzos del siglo en estaciones costeras y barcos en alta mar.

Según investigaciones sociológicas, el renglón social que más lo utilizó en su época fue el indígena, que usaba este medio masivo para hacer llegar mensajes de amistad, de información de eventos, y hasta de amor. Interesante dato, que nos lleva a pensar que después de tantos años buscar una radio bilingüe dirigida a una pequeña zona rural no es una idea fuera de contexto, sino que por el contrario, nos podemos valer de las nuevas tecnologías para unir comunidades indígenas y rurales y servirles de puente en estos y otros objetivos.

Así mismo Andagana (2004) menciona lo siguiente:

Ambato no quedó atrás, el 20 de julio de 1935 aparece por primera vez en el espectro radial ambateño la Voz del Tungurahua con las siglas HC6VT; su inauguración se realiza con la presencia del Presidente de la República Doctor José María Velasco Ibarra. Los primeros aficionados fueron Guillermo Galarza, Rodrigo Pachano, Armando Lalama, entre otros (p. 88).

Bajo estos antecedentes se describe los inicios de la radio en la provincia, siendo uno de los partícipes para que se dé tal situación Don Guillermo Galarza y Rodrigo Pachano.

## Micro

En la década de los 60' comienzan a aparecer las radios comunitarias, en el país y específicamente en la zona centro; aprovechadas en gran parte por las autoridades eclesiásticas que decidieron alfabetizar a la población indígena por medio de este canal comunicativo tan acertado.

Las radios comunitarias comienzan a tener gran auge y se conforman con gran importancia en una manera económica y fácil de llegar a los lugares a donde todavía no llegan otros medios de comunicación, por este motivo Carrera (2012) indica:

Como comentamos al hablar sobre la historia de la radio afición, inicialmente los equipos que se utilizaron emitían en una longitud de onda que hoy consideramos muy larga (200 m).

Poco a poco las distancias de los enlaces fueron ampliándose, 1.600, 2.400, 3.200 Km.; lógicamente la máxima ilusión de los pioneros de la radio era establecer contacto a través del Atlántico entre Europa y América.

A finales de 1921. La Asociación Americana ARRL envió a Europa a un aficionado experto, Paul F. Godley 2ZE, con el mejor equipo de recepción que se pudo conseguir. Una vez iniciadas las pruebas se pudieron escuchar treinta estaciones americanas. Al año siguiente continuaron las pruebas y los aficionados europeos confirmaron la recepción de 315 estaciones americanas, mientras que una estación francesa y dos inglesas fueron escuchadas en América.

El momento exacto en donde se empieza a implementar la radio comunitaria en esta zona es según Andagana (2004) en sus estudios previos menciona:

La comunicación radial comunitaria surgió en Ecuador en los años 80', cuando empezó el contexto del auge de la educación popular. Sin embargo, las emisoras que se definieron como populares, alternativas y comunitarias, aparecieron en los años 60', con Las Escuelas Radiofónicas Populares (ERPE) en Riobamba en 1962, Radio Mensaje de Tabacundo en 1964 y Radio Federación en Sucua en el año de 1968.

Posteriormente, con la unión de los obispos de Riobamba Monseñor Leónidas Proaño y de Latacunga Monseñor José Mario Ruiz Navas, surgió la idea de educar al indígena a través de las dos radios, es así que el pueblo indígena nace nuevamente a través de la alfabetización a distancia escuchando la radio (p. 83-85).

Enfatizando así la enorme trascendencia de este sistema comunitario que en su momento sirvió para suplir ciertas necesidades, y que a día de hoy podría conseguir, entre otras cosas, la unión comunitaria, y el rescate de un idioma ancestral como lo es el quichua.

Cabe anotar, que algunas de estas emisoras a día de hoy sobreviven, y se mantienen con una sintonía puntera de emisión local, otras ya desaparecidas han dejado vacíos en localidades que todavía las necesitan.

# Árbol de problemas



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Adriana Romero

## **Análisis Crítico**

Dentro de la presente investigación se ha considerado las siguientes causas que originan el problema INEFICAZ INSERCIÓN EDUCATIVA SOCIAL EN LA COMUNICACIÓN RADIAL las cuales se detallan a continuación:

Una de los principales causas es el bajo nivel de cultura transmitida por los diferentes medios de comunicación en cuanto se refiere a la radiodifusión, esto origina gran controversia ya que la mayoría de oyentes son niños y jóvenes los cuales desde pequeños se hacen una idea falsa de cómo son los programas.

En muchos de los programas quien está al frente del mismo quizá no es una persona preparada es por ello que en algunas ocasiones se escucha horrores y barbaridades por parte de quienes dirigen los diferentes programas a nivel de radio.

No solo es estar sentado tras un micrófono, ya que tras de esa persona existe gran cantidad de personas que lo siguen es por ello que quienes están tras un micrófono deberían ser un ejemplo personas a seguir por sus acciones positivas y no más por sus acciones negativas.

Esto afecta en gran medida al desarrollo del país ya que principalmente en los niños, niñas y adolescentes se va creando esa cultura de violencia ya que lo que transmiten las diferentes radios locales y nacionales son noticias de crónica roja, asaltos, muertes, delitos sexuales, tráfico de personas, tráfico de drogas etc.

No existe programas educativos, culturales, debates hoy en la actualidad en lo que se centran los diferentes medios de comunicación es en los programas musicales y de una u otra manera afecta directamente en la mentalidad del joven ecuatoriano principalmente del reguetón que mensaje transmite hacia la juventud.

Muchas de las personas no disponen del tiempo suficiente para escuchar la programación radial ya sea por trabajo o por cualquier otra situación sin embargo cuando enciende su respectiva radio se encuentran con programación centrada en (noticias, deportes, ocio., etc.).

Existen muy pocas radios en la cual se escucha debates y programas educativos una de ellas a nivel local podemos citar a Radio Ambato (930 Am) en donde por lo general los fines de semana existen programas por ejemplo: Medico en casa, Mi gran Familia, Cosas de mi tierra por citar algunos de los programas.

Si nos enfocamos en el idioma vemos que lastimosamente no existen programaciones en quichua para educar a la gente de poblaciones rurales y porque no a la ciudadanía en general ya que en la actualidad en un mundo tan globalizado en el cual estamos atravesando sería un lujo aprender parte de nuestra cultura como lo es el idioma quichua.

El nivel de ocio en las personas en los últimos tiempos va en aumento y esto se debe en gran medida a diferentes programas que lo único que hacen es incitar a la población al ocio y la violencia.

Recordemos que tanto la educación como la enseñanza, así como la formación, pueden considerarse procesos específicos de comunicación.

Este es, quizá, uno de los puntos de mayor fricción, de más amplio debate, entre los investigadores de la comunicación y de la educación. Tanto los puntos que tienen en común ambas disciplinas, como su enumeración y la importancia que se le puede conceder a cada uno de ellos. En la presente investigación se divide en dos polémicas muy distintas.

En primer lugar, la suscitada por el hecho de conceder a los medios de educación la capacidad de transmitir cultura y que ésta sea, además, de calidad. Aquí nos



encontramos con posturas enfrentadas, que podrían resumirse de una forma simple, en la teoría de los apocalípticos y los integrados.

Recuerda Orozco que “con la aparición e inserción social de cada uno de los medios de difusión que conocemos, desde la imprenta hasta las más avanzadas tecnologías tele-informáticas, se renuevan dos tipos de discursos: uno que los condena y otro que los exalta”. La radio no se aprovecha para educación o cultura de masas equiparable a la cultura transmitida a los habitantes de la parroquia de forma tradicional y la ineficaz enseñanza a distancia, y no nos referimos sólo a la no formal, realizada mediante el empleo de la radiodifusión y sus técnicas comunicativas específicas, la limitada enseñanza por radio a aspectos meramente complementarios de la formación humana, relativos al ocio, a la formación para el tiempo libre.

### **Prognosis**

Cuando a comunicación local nos referimos, hablamos por ende de la información asertiva de ciudadanos íntegros y responsables que contribuyan a fortalecer la equidad y la libertad de nuestro país. Es prioritario que esos medios de comunicación tomen la importancia y concienticen a las comunidades, que al no integrarse y unirse por los objetivos comunes estarán desaprovechando recursos dirigidos específicamente a proyectos de inclusión ciudadana y no se promoverán los aspectos sociales, económicos, culturales y productivos de la misma comunidad; dejando de lado la oportunidad de integración gracias a los recursos económicos y tecnológicos que hoy tenemos en nuestras manos.

Por lo tanto, ese desaprovechamiento de oportunidades brindadas por el mismo Estado Ecuatoriano desarticulará los referentes comunales y sociales que propician a reflexionar sobre su propia manera de convivir, compartir, solidarizar, aportar, y crecer como comunidad, basándose en las mismas herramientas ya disponibles, como lo es la formación bilingüe de gran parte de la población de la zona. Esto provocará que no se llegue ni a identificar ni a suplir muchas de las necesidades que se presentan a diario en una comunidad rural del centro del país;

pudiéndose en cambio anticipar a problemas sociales y compensar carencias en caso contrario.

Es necesario educar a la población de esta zona de manera que el país vaya desarrollándose poco a poco en todos los ámbitos y en un futuro convertirse en un país ejemplo para las otras naciones.

Las comunidades rurales con el gobierno actual tienen grandes oportunidades de crecimiento con los diferentes programas que el gobierno ha implementado para esta parte de la patria, escuelas del milenio, redes viales etc.

### **Formulación del Problema**

¿Incide la comunicación radial en la integración comunal y por tanto productiva de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua, en pro de su integración comunitaria?

### **Delimitación**

**Campo:** Bienestar Humano

**Área:** La comunicación radial.

**Aspecto:** El aspecto a estudiar es la integración comunitaria.

**Espacio:** Cunchibamba, parroquia de Ambato, Tungurahua.

**Tiempo:** La investigación se realizara en el primer semestre del periodo 2015

**Unidades de observación:** Habitantes de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

### **Justificación**

Existe preocupación la falta de integración y unión en diferentes comunidades rurales del país, pero en concreto en la parroquia de Cunchibamba en la provincia de Tungurahua. Por lo tanto parte de la población y representantes

gubernamentales se muestran interesados en un proceso de integración y de inclusión en el cual se unifique la población de manera equilibrada, factible, e incluso lúdica.

Es **importante**, en cuanto el presente trabajo romperá esquemas tradicionales de hacer comunicación tradicional y general, pues presentará la alternativa de un medio de comunicación más personalizado a las necesidades de la población, centrándose en lo local y en las verdaderas realidades de esta zona.

El **interés** que presenta este trabajo de investigación está desarrollado en la misma población y sus autoridades, puesto que a ambas partes les conviene el desarrollo y ejecución de este plan de desarrollo social y productivo a la vez. Contar con una emisora local que brinde programación específica direccionada a la zona rural.

La **factibilidad** de realización del presente trabajo investigativo cuenta con el mayor grado de aceptación ya que la población de la parroquia Cunchibamba se han mostrado interesadas y el proyecto tendría un alto grado de aceptación en la comunidad rural, grupo social al cual este plan no le traerá más que beneficios. Las posibilidades que ofrece la ejecución del propósito son altamente educativas, culturales, sociales, e incluso productivas. Además la tecnicidad requerida ya está disponible y los recursos económicos pueden ser encauzados en este camino dado su interés.

Los beneficiarios directos y quienes tendrán mayor **impacto en la comunidad** serán los habitantes de la parroquia Cunchibamba, porque gozarán de un servicio de ellos y para ellos, dirigido a sus propias realidades y necesidades.

La **originalidad** del proyecto está garantizada, pese a que si sean realizado investigaciones y abierto ya posibilidades a emisoras locales, incluso en zonas aledañas, pero casi siempre con un fin lucrativo, a diferencia del presente plan que

se realizaría con el objetivo claro de la auto sostenibilidad, pero sobre todo la integración comunitaria.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Estudiar la relación entre la comunicación radial y la integración comunitaria que puede llegar a darse en la parroquia Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar el nivel de aceptación de las radios locales y su contenido comunicativo en la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.
- Analizar el proceso de integración comunitaria que utilizan las radios locales en la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua, para el diagnóstico de la eficiencia.
- Proponer alternativas de comunicación radial para mejorar la integración comunitaria a nivel local rural en la parroquia Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes de la Investigación**

La comunicación se genera desde el inicio de los tiempos, en los que el hombre ya tenía la necesidad de trasladar sus inquietudes e información a los otros. A partir de eso, y a través de la historia surgen nuevos y mejores canales para dicha transmisión.

Para Carrión (2007) en su estudio realizado titulado “Estudio Radios Comunitarias situación en el Ecuador” concluye:

Definitivamente las radios comunitarias han cumplido un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad ecuatoriana a nivel de educativo, organización popular, participación ciudadana, etc. Sin embargo este rol no es reconocido por la sociedad. Además la identidad de las llamadas radios comunitarias está en un constante proceso de definición. Por ello consideramos básico la generación de espacios en donde los diferentes actores involucrados en el proceso de comunicación comunitario definir el nuevo papel de las radios comunitarias en el Ecuador.

Las radios que se autocalifican como comunitarias o populares y que son miembros de la CORAPE, representan un porcentaje muy pequeño dentro del universo de estaciones autorizadas para operar en el territorio ecuatoriano. Por esta razón es importante propiciar el fortalecimiento de esta organización a fin de expandir esta red de estaciones que comparten principios de desarrollo basados en la participación y el trabajo comunitario (p. 31).

Así mismo Ayala (2011) de la Universidad Técnica Particular de Loja, de la Escuela de Comunicación Social, en su Trabajo de Investigación titulado “Mapa de Comunicación del Ecuador”, concluye:

La estructura de propiedad de los medios en el país, está marcada por una nueva perspectiva ante la presencia de los medios “públicos” cuyo principal protagonista es el Gobierno de Rafael Correa.

“Como resultado de tres años de acciones y reformas legales en este sector, hoy el Gobierno Central es el mayor grupo de comunicación social del Ecuador, controlando un total de 19 medios con alcance nacional e internacional”. El Ejecutivo, en la actualidad, es el protagonista número uno en la difusión por televisión abierta y televisión de pago y es un jugador importante en radio, prensa, revistas e Internet”.

Al ser medios que se manejan con recursos del Estado, todos mantienen una línea editorial gobiernista, lo cual permite deducir que los medios denominados como “públicos” no son públicos sino “del gobierno”, pues es muy claro percibir como éstos trabajan para vender una imagen positiva del gobierno de la revolución ciudadana.

Los medios públicos deberían ser modelo y ejemplo de autonomía e independencia, sin que importe el aporte económico que por ley le corresponde desglosar al Estado en favor de las empresas estatales de comunicación para que puedan funcionar.

Preocupa además, el constante ataque por parte del Presidente Rafael Correa en contra de la prensa que él la califica como “corrupta y mediocre”. La implantación de juicios en contra de medios y periodistas que no piensan como el Primer Mandatario son realidades que ponen en riesgo la Libertad de Expresión en el Ecuador, considerada como uno de los pilares fundamentales que permiten vivir en un ambiente de verdadera democracia.

Esta realidad ha generado mucho debate en el país. Es indiscutible minimizar el gran espacio que ha ganado el Gobierno como actor político y mediático en todo el territorio nacional; su gran manejo de la comunicación e información le han permitido consolidarse en el poder: ha ganado elecciones, mantiene altos porcentajes de popularidad, replica a sus opositores de manera periódica en los medios públicos y en cadenas nacionales, etc.

Bajo este antecedente se puede indicar que los medios que se manejan con recursos por parte del gobierno central tienen como secuencia la línea editora gobiernista, donde a capa y espada se defiende la gestión que se realiza.

La radio se constituye en un medio poderoso de información y capacitación. Como toda herramienta no es buena, per se, es positivo su impacto, en tanto su programación esté dirigida al público oyente que es tomado en cuenta para crear programas requeridos por ellos. La radio llega a donde otros medios no lo hacen y esto la convierte en el instrumento idóneo para un proceso de capacitación masiva. (Rojas, 2012, pp. 34-35)

Como claramente lo indica esta intervención acertada la radio es una herramienta con tanto o más poder que la misma televisión, y por tanto su capacidad de asequibilidad es mayor.

Por otro lado Mata (1994), habla sobre la radio local y comunitaria y la describe de la siguiente manera:

La audiencia en primer lugar es una abstracción, un modo de designar a un conjunto de seres concretos a los que se les reconoce o atribuye una característica común, y en segundo lugar, producto de diferentes concepciones como la sociología para lo que es equivalente a público y diferencia a una masa de individuos, un grupo a distancia, una forma de sociabilidad con un mínimo grado de fusión y participación común. Por tanto la audiencia es un producto de la radio, es decir un objeto histórico, una condición que nos moldea y nos hace ser de un cierto modo (p. 11).

La conclusión anterior deja ver como el poder de la radio y sus alcances se puede volver determinante para la ejecución de ciertos proyectos que en su mayoría se concentran en lo apenas lucrativo. Sin embargo, en el país, y a partir de un tiempo para acá, se ha buscado que a través de estos medios se llegue a un aspecto no sólo de entretenimiento, sino de todo lo que va más allá del aprendizaje, lo que se puede decir sería la aplicación de lo aprendido para hacerlo comunitario y de bienestar humano.

## **Fundamentaciones**

### **Fundamentaciones filosóficas**

La comprensión de la comunicación como sistema requiere tener en cuenta la concepción sistémica del hombre y de la actividad, y es a su vez algo esencial para la planificación científica del trabajo con el nombre. Es por eso que se elige el paradigma crítico propositivo.

En la comunicación se realiza la influencia mutua y la acción recíproca y racional de los individuos, se pone de manifiesto y se forma la comunidad de los estados de ánimo, pensamientos y criterios que son indispensables para que estos

individuos estén dispuestos a actuar en una dirección determinada y caracteriza toda actividad grupal.

El ser humano habla, es decir, da palabra, en las situaciones que ocurren en su modo comunicativo, el enlace entre ellos, el humano y mundo es la esencia de la comunicación, lo que implica primero al desarrollo del ser (darse cuenta de la existencia de uno mismo) para después utilizar tecnológicamente las imágenes que lo develan frente al otro ser.

La comunicación radial se hace entonces un canal seguro para conseguir ese bienestar humano tan anhelado que se logra con cosas pequeñas y constructivas y que nos lleva de nuevo a nuestra línea de investigación.

## **Fundamentación Legal**

### **Comunicación e Información**

Según La Constitución de la República del Ecuador (2008) en la sección III, sobre la comunicación e información establece los siguientes artículos:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:



1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

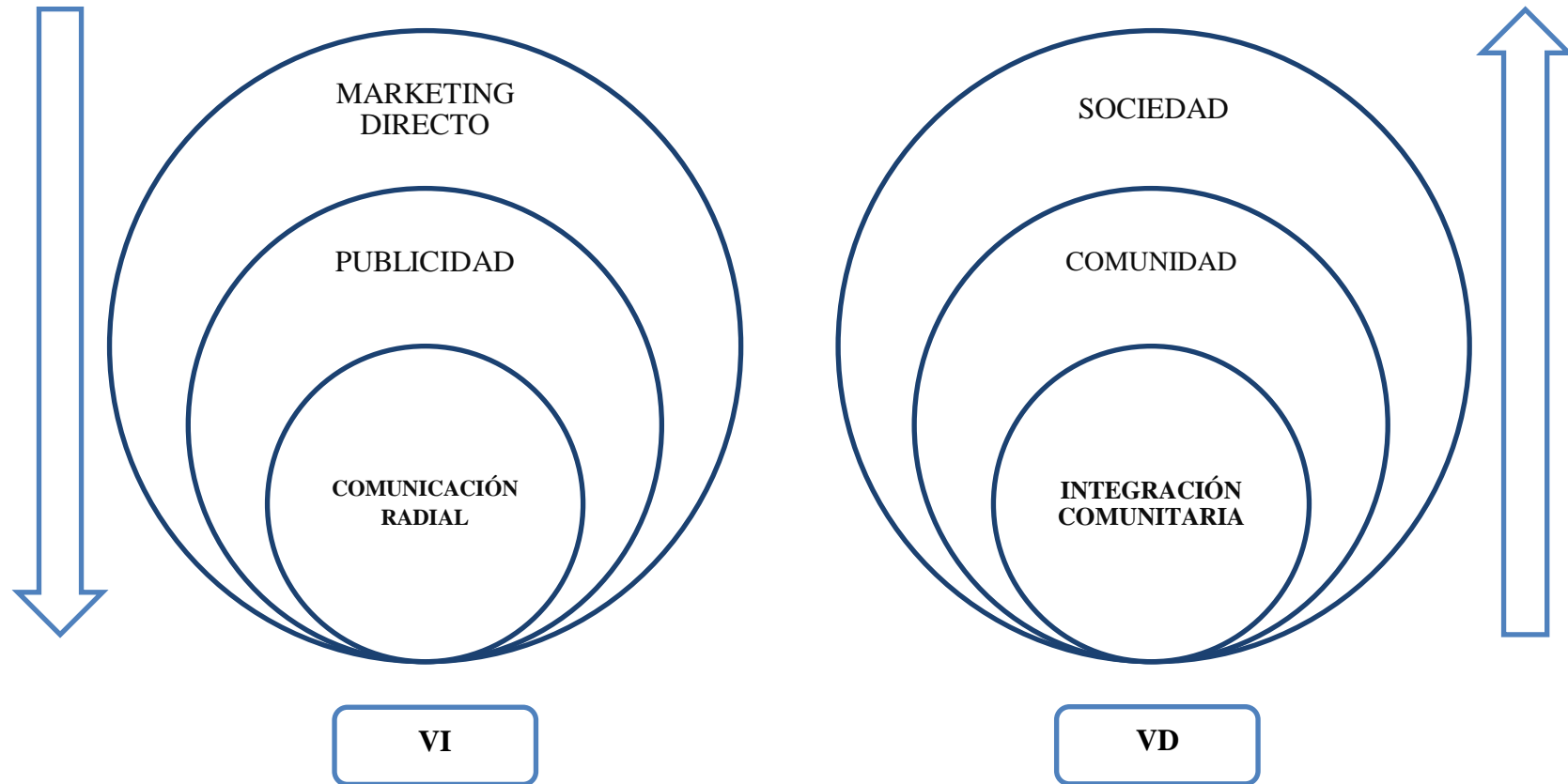
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación (p. 14-15).

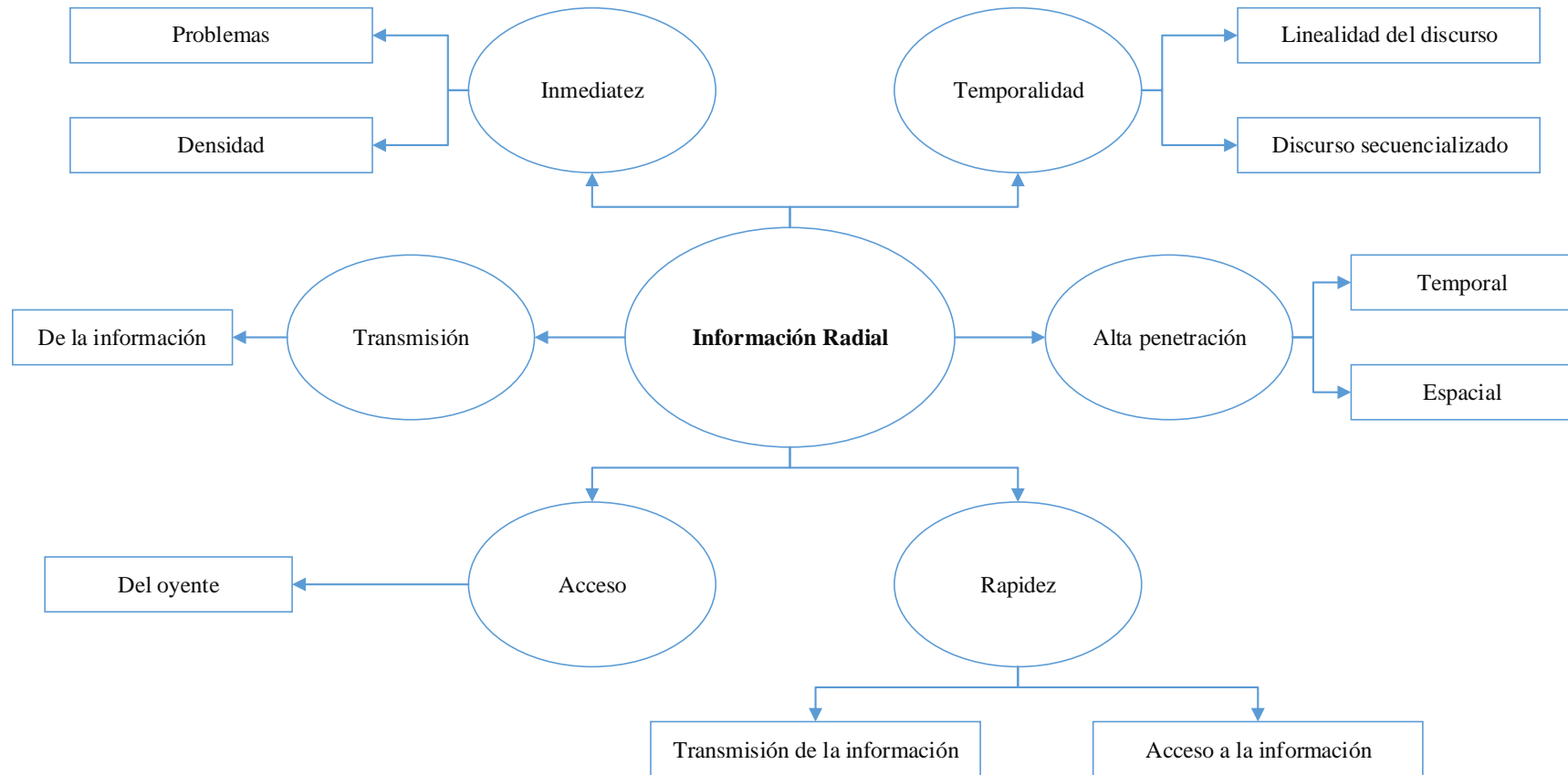
Dados los anteriores artículos, confirmamos que las leyes persiguen y respaldan lo mismo que la comunicación: El libre desempeño de la información y su uso como herramienta para conseguir una plena integración comunitaria.

## Categorías Fundamentales



**Gráfico N° 1:** Categorización  
**Elaborado por:** Adriana Romero

Variable independiente

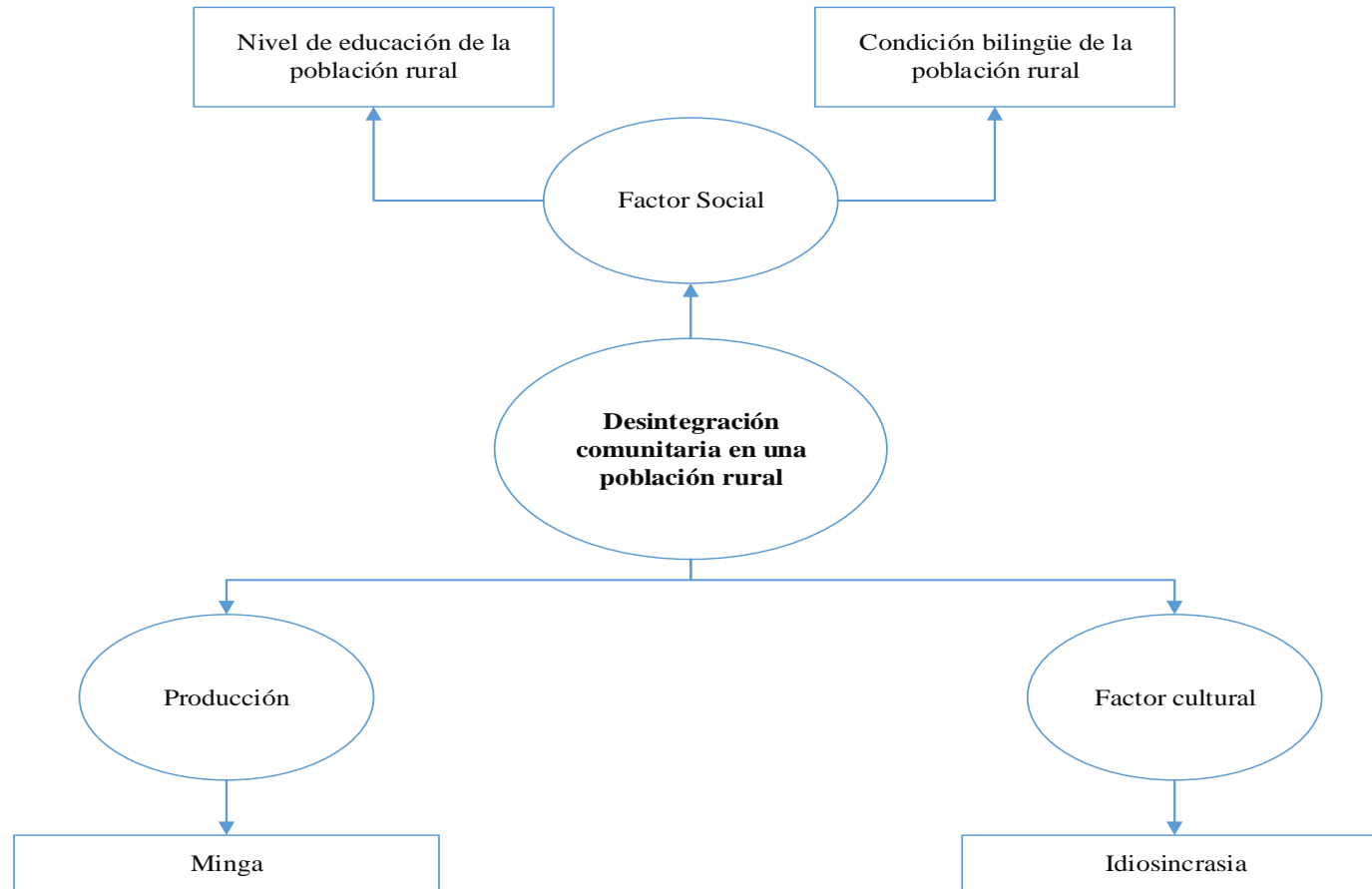


**Gráfico N° 2:** Constelación de ideas (VI)

**Fuente:** Investigación bibliográfica

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Variable dependiente



**Gráfico N° 3:** Constelación de ideas (VD)

**Fuente:** Investigación bibliográfica

**Elaborado por:** Adriana Romero

## Marco Conceptual

### Marketing Directo

Para Alet (2011) la definición de marketing directo puede ser la siguiente:

El marketing directo es un sistema interactivo de comunicación que utiliza uno o más medios, dirigido a crear y explotar una relación directa entre una empresa y su público objetivo, ya sean clientes, clientes potenciales, canales de distribución u otras personas de interés, tratándoles como individuos y generando tanto respuestas medibles como transacciones en cualquier punto.

Así mismo Alet (2011) describe las ventajas del marketing directo como:

- a) Público objetivo preciso.
- b) Crea clientes al mismo tiempo que vende.
- c) Permite una medición clara de los resultados de cada acción.
- d) Crea y mantiene una base de datos.
- e) Facilita el control de la estrategia comercial.
- f) Se pueden realizar tácticas o estrategias sigilosas, sólo visibles por sus destinatarios

Además la Asociación de marketing directo como se citó en Gázquez y Hélène (2010) indican que “es un sistema interactivo de marketing que utiliza uno o más medios publicitarios con objeto de conseguir una respuesta medible y/o en cualquier lugar” (p. 107).



**Gráfico N° 4:** Marketing directo

**Fuente:** Adaptado de Gázquez y Hélène (2010) “Marketing Directo: delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor”, Universia BusinessReview, p. 107.

**Elaborado por:** Adriana Romero

**Tabla N° 1:** Diferencias entre el marketing directo y la publicidad

<b>Análisis comparativo</b>	
<b>Publicidad</b>	<b>Marketing Directo</b>
Alcanza a una audiencia de masas a través de los medios de masa.	Comunica directamente con el cliente o prospecto
Comunicaciones impersonales	Puede personalizar comunicaciones
Programas comerciales muy visibles	Programas realmente invisibles
Variables indirectas valoran la efectividad, conocimiento de marca, intención de compra.	Resultados medibles y controlables % respuesta/quien porque test
Objetivos: conocimiento, interés y deseo	Modificación de la conducta del cliente
Creación de imagen y de ideas	Gran énfasis en la acción
Presupuesto fijo de publicidad por medio	El presupuesto se adapta en función de resultados obtenidos en cada caso
Desconocimiento de clientes	Base de datos de clientes y prescriptores

**Fuente:** Adaptado de Alet, J. (2011) “Marketing Directo e interactivo”, Madrid, Esic.

**Elaborado por:** Adriana Romero

Para Bird (1991) el marketing directo también puede ser definido como: “Toda actividad publicitaria que crea y explota una relación directa entre nosotros y nuestro prospecto o cliente como individuo” (p. 22).

Finalmente Kotler y Armstrong (2012) en su publicación mencionan al marketing directo como:

Conexiones directas con consumidores cuidadosamente elegidos, a menudo basados en una interacción personal. Con la ayuda de base de datos detallados, las compañías adaptan sus ofertas y comunicaciones de marketing a las necesidades de segmentos estrechamente definidos o incluso de compradores individuales. Más allá de construir la marca y establecer relaciones, los mercadólogos directos buscan respuesta directa, inmediata y medible por parte de los consumidores (p. 409).

Unificando los criterios citados de los autores antes mencionados se puede señalar que el marketing directo está relacionada directamente con la publicidad que facilitan el acceso y contacto inmediato a través de diferentes técnicas con los

posibles compradores, dentro de estas técnicas pueden estar inmersos catálogos, folletos informativos, correos exclusivos para un mercado determinado.

## **La Publicidad**

De acuerdo a Artigas (2015) la publicidad puede ser definida como:

Es un negocio de creatividad e información que se crea con la finalidad de promover la venta de bienes y servicios. La publicidad es un término que se utiliza para referirse a cualquier anuncio destinado al público y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz (p. 3).

La publicidad en el mundo empresarial es utilizada para promover e incentivar la adquisición de bienes o servicios por parte de un mercado en común.

Según González y Prieto (2009) definen la palabra publicidad como:

Una de las formas de comunicación de la empresa. Nos referimos aquí a la comunicación externa, es decir, al conjunto de mensajes que la empresa lanza al exterior, haciendo abstracción de la comunicación interna de la empresa, que es objeto de una materia distinta de la nuestra.

Dependiendo de lo que la empresa quiera comunicar y de la forma que adopte esta comunicación, nos encontramos con una serie de figuras distintas, que pasamos a enumerar:

1. Publicidad propiamente dicha
2. Promoción
3. Patrocinio
4. Relaciones públicas (p. 15).

La Real Academia Española como se citó en González y Prieto (2009) define la publicidad como “divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”

Partiendo de esta idea se puede manifestar que la publicidad es la forma como una empresa llama la atención de su mercado, es decir la manera como da a conocer sus productos para luego comercializarlos.

Para Carvajal (2011) la publicidad puede ser descrito como:

El conjunto de actividades por medio de las cuales se envían mensajes visuales, auditivos y audiovisuales a determinados públicos, para que sus elementos constitutivos se informen y se dejen influenciar, a fin de que compren productos y servicios, o se inclinen favorablemente a determinadas ideas, personase instituciones.

Con la publicidad nos adentramos en el área de las comunicaciones en el mercadeo, gracias a los conocimientos que aportan la psicología, la sociología, las relaciones públicas, la comunicación social y la economía (p. 108).

Así mismo Carvajal (2011) identifica tres clases de tiempo publicitario que se describen a continuación:

A, B y C, o también Triple A, Doble A y A. En radiodifusión el mejor tiempo publicitario es el A, seguido por el B y el C, de acuerdo con la primera escala, mientras que según la otra escala, el mejor tiempo es el Triple A, seguido por el Doble A y el A simplemente. En .ambas escalas, los mejores tiempos se dan en horarios de máxima sintonía; por ejemplo: TRIPLE A: De lunes a viernes, con el siguiente horario: 6:30 a 8:30 horas, y de 12:00 a 14:00 horas. DOBLE A: De lunes a viernes, con el siguiente horario: 6:00 a 6:30 horas, 8:30 a 12:00 horas, y de las 14:00 a 16:00 horas. A: De lunes a viernes, con el siguiente horario: todo el espacio que dejan la Triple y la Doble A (p. 110).

Bajo la perspectiva del autor las clases de tiempos para la publicidad se manejan a través de tres categorías, siendo estas la categoría A de lunes a viernes en horarios de 6:30 a 8:30 am y de 12:00 a 14:00 pm, la categoría B de lunes a viernes en horarios de 6:00 a 6:30 de 8:30 a 12:00 pm y de 14:00 a 16:00 pm y como categoría C el horario que dejan disponibles tanto la categoría A y B.

## **LA COMUNICACIÓN**

Para Van-der y Róman (2011) la comunicación se fundamenta en el siguiente criterio:

Desde un punto de vista más técnico o comercial, podríamos definir la comunicación, o mejor dicho, el acto de comunicar, como un proceso más o menos complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúe de soporte en transmisión de la información.



Además de esto, que es estrictamente cierto, si soy capaz de comunicarme de forma que al otro le guste hablar conmigo, si consigo que mi interlocutor se sienta escuchado, si comunico lo que quiero sin agredir a nadie y si consigo transmitir una actitud estimulante y favorecedora del diálogo y el intercambio de pareceres, si consigo todo esto, además de comunicarme, posiblemente estaré relacionándome de forma adecuada con los demás (p. 9).

La comunicación interpersonal se podría definir como el proceso de comunicación entre individuos, que tratan de transmitir estímulos a través de símbolos, con la intención de producir un cambio en el comportamiento.

Sin embargo Alcoceba (2012) la comunicación es un proceso por tal razón la describe a continuación como:

La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. Para que exista comunicación debe existir un emisor, un receptor, un mensaje y un canal a través del cual se enviará el mensaje. Si alguno de estos elementos falla, se dice que se ha producido una interferencia y no podrá establecerse la comunicación.

## **Variable Dependiente**

### **Integración Comunitaria**

Según Ibañez (2008) integración comunitaria se entiende como:

Una toma de conciencia colectiva de toda la comunidad, sobre factores que frenan el crecimiento, por medio de la reflexión crítica y la promoción de formas asociativas y organizativas que facilita el bien común; es decir, se pretende vincular a la comunidad para la:

- Investigación de sus propios problemas, necesidades y recursos existentes.
- Formulación de proyectos y actividades.
- Ejecución de proyectos mancomunados entre las comunidades y las Instituciones.
- Evaluación de las actividades que se realizan en cada proyecto.

La participación tiene distintas vertientes, por una parte la participación dentro de la comunidad, esto es lo que denominamos participación comunitaria, a través de ella nuestra comunidad se organiza frente a las adversidades, o simplemente con el objetivo de lograr un mayor bienestar procurando el desarrollo de la comunidad.

Bajo estas características se puede determinar que la integración comunitaria busca unir a una comunidad en particular a través de proyectos que conlleven actividades, con el objetivo de analizar problemas, necesidades y destinar los recursos existentes para paliar tal situación.

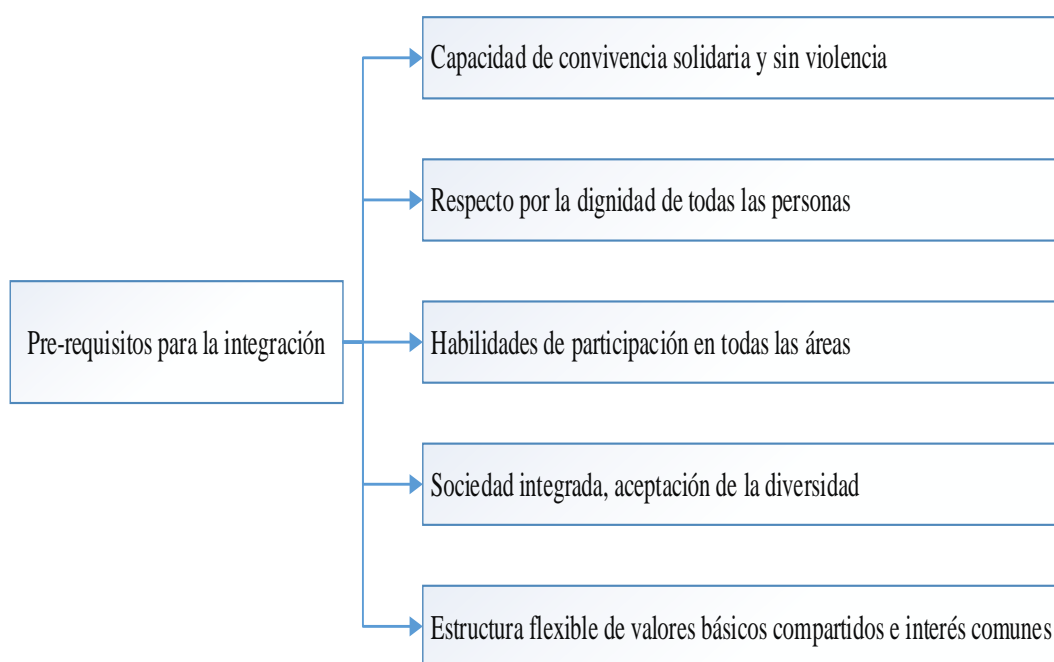
Así mismo el autor destaca otros tipos de participación, por ejemplo se puede hablar de participación ciudadana que se fundamenta en una estrecha relación entre comunidad-autoridad. Al hablar de participación se hace hincapié en la identificación de problemas y necesidades, para lograr su integración en la definición de políticas, programas o proyectos de desarrollo.

Para Ibañez (2008) la importancia de la participación ciudadana se halla en:

- Los ciudadanos podemos hacer llegar a la autoridad nuestras necesidades, demandas o sugerencias.
- Los ciudadanos podemos participar desde el proceso de identificación de necesidades, formulación de proyectos, ejecución, evaluación y seguimiento aportando de acuerdo a nuestras posibilidades.

A través de la participación de quienes son parte de la población en procesos de progreso local, se asume la responsabilidad del éxito o fracaso de la comunidad pues, se produce una nueva actitud de las personas de la comunidad hacia las autoridades locales ya que la población misma resolverá los problemas que se encuentren a su alcance para asegurar el bienestar general.

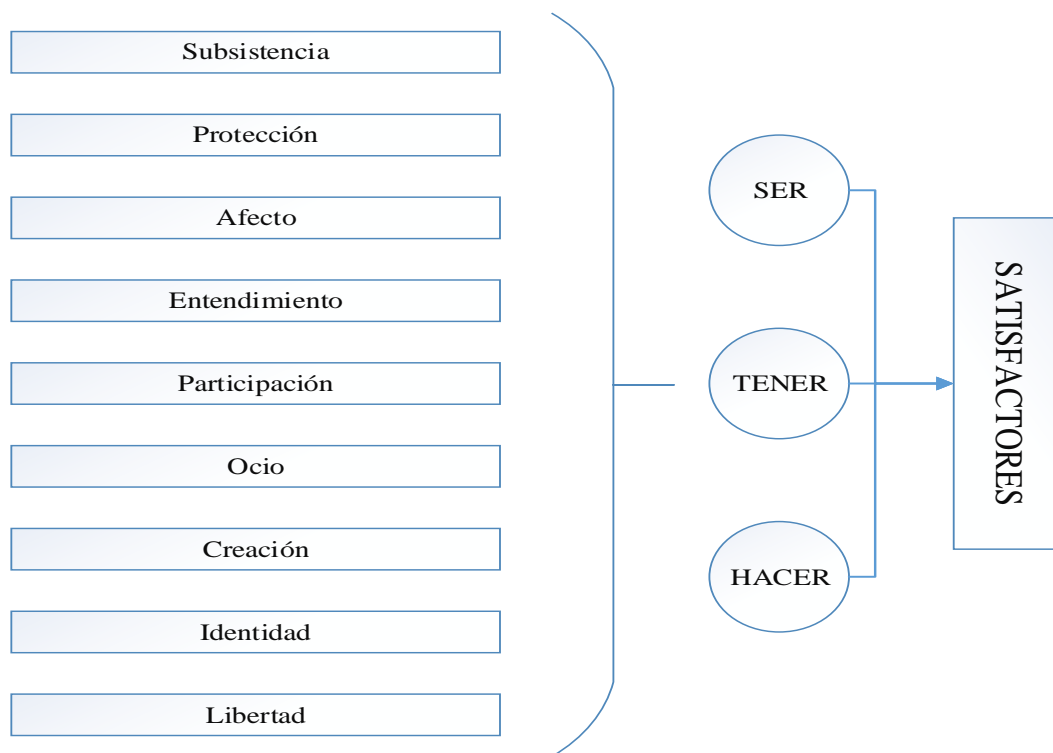
Para Ramos (2012) las personas necesitan un contexto que facilite su integración de esta manera propone los siguientes pre-requisitos para que se genere tal integración.



**Gráfico N° 5:** Integración Social

**Fuente:** Adaptado de Ramos, C., (2012) “El trabajo social comunitario para promover integración y redes de apoyo social”, Santander, UIMP.

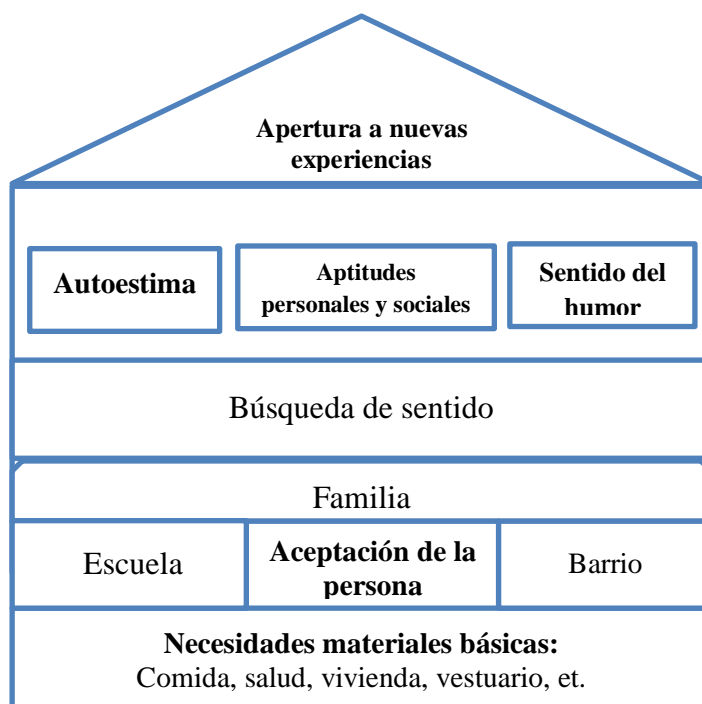
**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 6:** Necesidades

**Fuente:** Adaptado de Ramos, C., (2012) “El trabajo social comunitario para promover integración y redes de apoyo social”, Santander, UIMP.

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 7:** Metáfora de la casita

**Fuente:** Adaptado de Ramos, C., (2012) “El trabajo social comunitario para promover integración y redes de apoyo social”, Santander, UIMP.

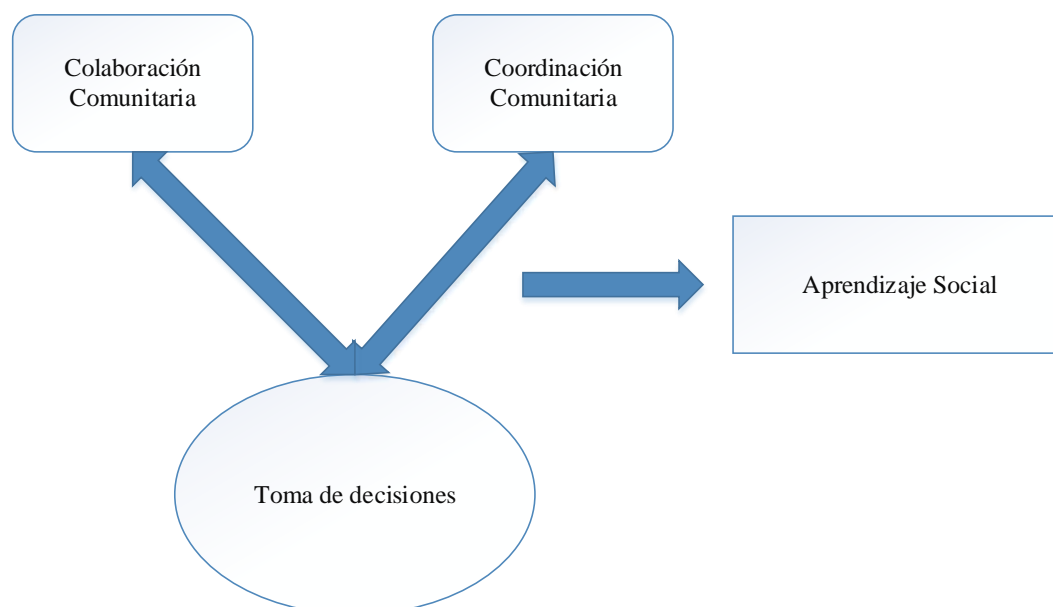
**Elaborado por:** Adriana Romero

Además Sánchez y Del Pino (2008) manifiesta lo siguiente:

La participación es un proceso dinámico y cambiante, lo cual obliga a que el término sea repensado en función de las diferentes formas que tiene de manifestarse en los diversos sectores de la sociedad. Se puede decir que toda participación tiene una razón de ser, un objetivo que cumplir; la idea es participar para lograr algo, satisfacer una necesidad y, por lo general, es una necesidad del grupo (p. 38).

Sin embargo Troudi et. al. como se citó en Del Pino y Sánchez (2008) mencionan que: “La participación es un acto voluntario y consciente de las personas a través de la cual la gente, las organizaciones y comunidades obtienen dominio de sus propias vidas” (p. 38).

Guédez como se citó en Gómez y Suárez (2008) indican que: La integración se hace, se construye desde las prácticas concretas y cotidianas “La integración más que una exigencia teórica, es un requerimiento concreto. En lugar de ser algo que debe definirse ha de convertirse en algo que debe hacerse” (p. 33).



**Gráfico N° 8:** Dimensión integración social comunitaria y sus configuraciones

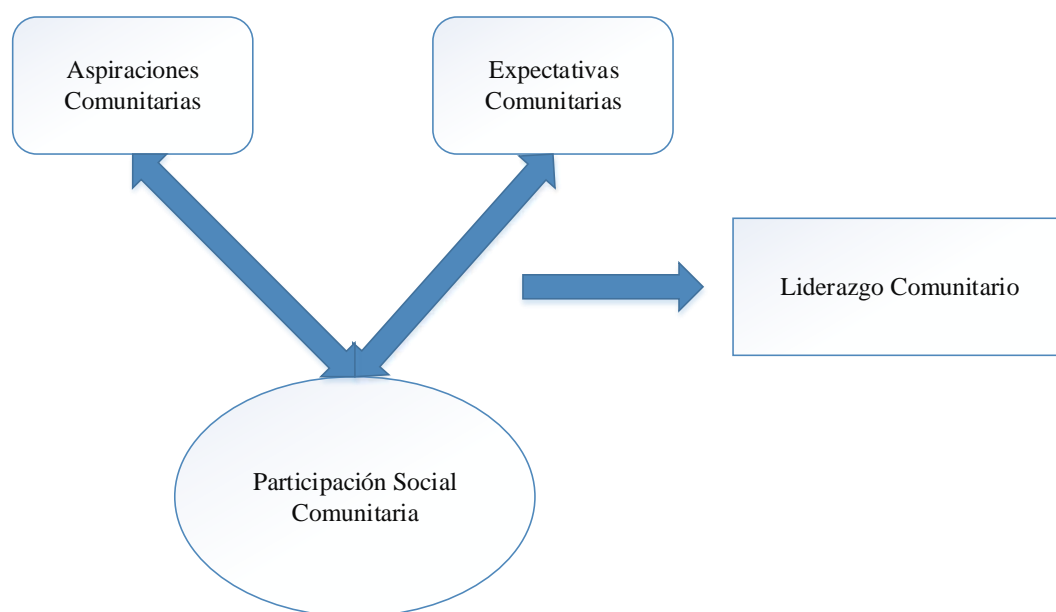
**Fuente:** Adaptado de Gómez y Suárez (2008) “Proceso de educación comunitaria”, México, Remo, p. 33.

**Elaborado por:** Adriana Romero

Es decir, la integración es un producto de la vinculación social en sus diferentes planos y en su resultante de la articulación de las configuraciones, colaboración y coordinación comunitaria con síntesis en la toma de decisiones.

Así mismo Gómez y Suárez (2008) en cuanto se refiere a la socialización comunitaria y sus configuraciones indican:

La configuración participación social comunitaria como síntesis, denota la posición de tomar parte o intervenir en una actividad o tarea. Los niveles y formas de su intervención pueden ser diferentes de acuerdo con el significado que tengan para los actores sociales; esto infiere el interés subjetivo o ideológico: la correspondencia entre los fines de la participación y las necesidades reales de los comunitarios, la satisfacción socio afectiva, reconociendo la identidad social y la posición real de cada sujeto con la comunidad (p. 34).



**Gráfico N° 9:** Dimensión socialización comunitario y sus configuraciones

**Fuente:** Adaptado de Gómez y Suárez (2008) “Proceso de educación comunitaria”, México, Remo, p. 33.

**Elaborado por:** Adriana Romero

## Comunidad

La Ley de los Consejos Comunales como se citó en Sánchez y Del Pino (2008) definen la palabra comunidad como:

Conglomerado social de familias, ciudadanos y ciudadanas que habitan en un área geográfica determinada, que comparten una historia e intereses comunes, se conocen y relacionan entre sí, usan los mismos servicios públicos y comparten necesidades y potencialidades similares: económicas, sociales, urbanísticas y de otra naturaleza (p. 37).

De acuerdo a lo expuesto por el autor se puede indicar que básicamente el principio de una comunidad son las familias, es decir se entiende por comunidad al conjunto de personas que habitan un espacio determinado que buscan el interés común a través de la solidaridad y sentido de pertenencia.

Kisnerman como se citó en Terry (2012) menciona que la palabra comunidad viene del latín communis que expresa: “Hombres conviviendo juntos en un espacio, compartiendo algo, convivencia, comunicación, unidad. Por lo tanto, podemos en principio decir que es un sistema de relaciones sociales en un espacio definido, integrado en base a intereses y necesidades compartidas”

Bajo este antecedente se puede manifestar que la comunidad es un área geográfica limitada, donde se integran sus habitantes a través de intereses y necesidades comunes.

Desde otra perspectiva Marchioni como se citó en Terry (2012) indica que:

Desde el punto de vista estructural, la comunidad se compone de cuatro elementos principales que están interrelacionados entre sí y esa interacción define la acción comunitaria. Estos elementos son:

- Territorio.
- Población.
- La demanda.
- Los recursos.

Dentro de la comunidad se puede identificar cuatro elementos fundamentales: el territorio que es el espacio geográfico, la población que es el número de personas que la conforman, la demanda que son las necesidades de las personas y los recursos es todo lo que poseen para su supervivencia.

Finalmente Ander como se citó en Terry (2012) expresa:

Sirve para designar a una agrupación organizada de personas que se perciben como unidad social cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento, objetivo o función común, con conciencia de pertenencia, situados en una

determinada área geográfica en la cual la pluralidad de personas interacciona más intensamente entre sí que en otro contexto.

## **Sociedad**

De acuerdo a Moreira (2015) la sociedad es “Un conjunto de seres humanos, unidos moral, material, espiritual y culturalmente para la satisfacción de comunes necesidades, recíprocos beneficios, aspiraciones semejantes y fines iguales” (p. 2).

Así mismo Moreira (2015) describe elementos constitutivos de una sociedad mismos que se describen a continuación:

**Elemento material:** Se halla constituido por la pluralidad de los hombres que la integran.

**Elemento formal:** por los principios en que se fundan y los fines que persiguen los hombres.

**Autoridad Social:** Como poder encauzador del pensamiento y la acción de los integrantes de una sociedad (p. 8).

Además Espinosa, Archundia y Contreras (2011) especifica que:

La sociedad en términos muy generales se puede definir como una agrupación de personas multiculturales (físicas o morales), que puede ser para un fin permanente o transitorio, o bien voluntaria u obligatoria, la cual se organiza para aportar o producir bienes o servicios, que son destinados a la realización de un fin común, y a la que el derecho le concede o niega personalidad jurídica (p. 114).

En conclusión decimos que: una sociedad es un gran número de seres humanos que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que compartan una cultura común.

## **Hipótesis**

La Comunicación Radial local si incide en el desarrollo e integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.



## **Variables**

**Variable Independiente:** La Comunicación Radial.

**Variable Dependiente:** Integración comunitaria.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Enfoque**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, es decir cuali-cuantitativo:

#### **Cualitativo**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen al enfoque cualitativo como: “La Investigación Cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358).

Este tipo de enfoque cuantitativo, arrojará resultados de la investigación de campo que serán sometidos a análisis numéricos con el apoyo de la estadística. Se convertirá en Cualitativo porque estos resultados numéricos son interpretados críticamente con el apoyo del marco teórico.

#### **Cuantitativo**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque cualitativo es: “Un conjunto de procesos es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos)” (p. 4).

La investigación a realizar se tornará objetiva porque estará basada en mediciones esquemáticas que permitan arrojar esos datos tangibles y cuantitativos que admitan un análisis subjetivo basado en conclusiones personales e investigativas.

## **Modalidad de la investigación**

### **Investigación de Campo**

De acuerdo a Herrera, Medina y Naranjo (2004) la investigación de campo se resume en: “El estudio sistemático de los hechos en el lugar en que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto” (p. 95).

Partiendo de esta perspectiva se puede indicar que es el análisis que el investigador realiza en el lugar donde ocurren los hechos o acontecimientos, es decir dentro de la presente investigación la investigación de campo se lo desarrolló en la parroquia de Cunchibamba a fin de conocer a ciencia cierta lo que origina la problemática en estudio.

### **Investigación Bibliográfica**

Flores como se citó en Idrovo (2015) indica que la investigación bibliográfica se define como: “Trata de textos impresos o escritos que aportan una visión de conjunto de un tema específico y que suelen estar publicadas en forma de libro o compilación encuadernada, cosida o cubierta con una pasta” (p. 24).

También se utilizó la investigación bibliográfica o documental, misma que permitió obtener información relevante de las variables de investigación (comunicación radial e integración comunitaria), esta información se obtuvo a través de libros, documentos, revistas académicas, etc.

## **Tipo o nivel de investigación**

### **Exploratorio**

Se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.

### **Descriptivo**

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) el nivel descriptivo: “Busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 98).

Dentro de la presente investigación se utilizó este tipo de investigación puesto que a través de la encuesta aplicada se estudió las características y perfiles de las personas que habitan en esta parte de la provincia.

### **Correlacional**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que la finalidad del tipo de investigación correlacional: “Es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico” (p. 98).

Por eso siempre se buscará una correlación en el sistema de variables para que entre las dos se desarrolle esa medición de relaciones en donde se pueda evaluar su comportamiento y determinar sus tendencias.

## Población y Muestra

De acuerdo a Herrera et. al. (2004) se puede definir a la población como:

La totalidad de elementos a investigar respecto a ciertas características. En muchos casos, no se puede investigar a toda la población, sea por razones económicas, por falta de auxiliares de investigación o porque no se dispone del tiempo necesario, circunstancias en que se recurre a un método estadístico de muestreo, que consisten en seleccionar una parte de los elementos de un conjunto, de manera que sea lo más representativo del colectivo en las características sometidas a estudio (p. 98).

A partir de este criterio se puede determinar cómo población al conjunto de individuos de una especie que reside en un lugar determinado.

**Tabla N° 2:** Descripción de la población a investigar

PARROQUIA	PROVINCIA	POBLACIÓN	SUPERFICIE
Cunchibamba	Tungurahua	4475	46,5 Km 2

**Fuente:** Investigación.

**Elaborado por:** Adriana Romero

También Cuesta y Herrero (2015) conceptualizan la muestra como:

En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que hacemos es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. Para que una muestra sea representativa, y por lo tanto útil, debe de reflejar las similitudes y diferencias encontradas en la población, ejemplificar las características de la misma. Cuando decimos que una muestra es representativa indicamos que reúne aproximadamente las características de la población que son importantes para la investigación (p. 2).

Lo anterior nos despeja las interrogantes planteadas sobre población, que sería el mismo universo y muestra, para que se tomen datos confiables y exactos. Por eso se determina que la investigación se llevará a cabo en la Parroquia de Cunchibamba, Provincia de Tungurahua, la muestra se determinaría con la siguiente ecuación:

$$n = \frac{PQN}{(N - 1) * \left(\frac{E}{K}\right)^2 + QP}$$

En donde:

**n** = Tamaño de la muestra

**PQ** = Constante de probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia (0,5) (0,5) = 0,25

**E** = Error de muestreo 5%

**K** = Coeficiente de corrección del error (2)

$$n = \frac{4475 * 0.50 * 0.5}{(4475 - 1) * \left(\frac{0.05}{2}\right)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1118.75}{(4474) * (0.0625) + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1118.75}{(279.625) + 0.25}$$

$$n = \frac{1118.75}{279,875}$$

$$\mathbf{n = 367}$$

Por tanto la muestra obtenida a partir de la población de la Parroquia de Cunchibamba corresponde a 367 personas a quienes se les aplico la encuesta diseñada.

## Operacionalización de las variables

**Variable independiente:** Comunicación Radial

**Tabla N° 3:** Operacionalización (Variable Independiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
<p>Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales".</p> <p>La comunicación radial entonces, permite realizar ese proceso con rapidez, entre un emisor y varios receptores que usan como medio una conexión radiofónica en donde los temas de transmisión se eligen para conseguir una aceptación inmediata.</p>	<p>↖ Rapidez</p> <p>↖ Acceso</p> <p>↖ Transmisión</p> <p>↖ Inmediatez</p>	<p>✓ Linealidad del discurso</p> <p>✓ Discurso secuencializado</p> <p>✓ Temporal</p> <p>✓ Espacial</p> <p>✓ Acceso a la información</p> <p>✓ Transmisión de la información</p> <p>✓ Del oyente</p> <p>✓ Transmisión de la información</p> <p>✓ Problemas</p> <p>✓ Densidad</p>	<p>- ¿Usted escucha radio?</p> <p>- ¿Considera la radio como un medio para informarse o sólo para entretenerse?</p> <p>- ¿Prefiere la radio sobre otros medios de comunicación?</p> <p>- ¿En su parroquia existe una radio local?</p> <p>- ¿Considera que por medio de la radio se pueden ejecutar diferentes proyectos?</p>	<p>Encuesta dirigida a los habitantes de la población.</p>	<p>Cuestionario estructurado.</p>

**Fuente:** Investigación.

**Elaborado por:** Adriana María Romero Cuervo.

**Variable Dependiente:** Integración comunitaria.

**Tabla N° 4:** Operacionalización (Variable Dependiente)

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
La participación comunitaria se entiende como una toma de conciencia colectiva de toda la comunidad, sobre factores que frenan el crecimiento social y cultural, por medio de la reflexión crítica y la promoción de formas asociativas y organizativas que facilita el bien común; es decir, se pretende vincular a la comunidad	Factor Social	✓ Nivel de Educación de la población rural	¿Su comunidad está organizada en directivas? ¿En la radio local de su parroquia hay programas en quichua? ¿Cómo califica la programación?	Encuesta dirigida a los habitantes de la población.	Cuestionario estructurado.
	Factor cultural	✓ Condición Bilingüe de la población rural.	¿Le gustaría que existan en la radio de su parroquia programas que sean sobre la comunidad? ¿Piensa que por medio de la radio se puede integrar en su comunidad?		
		✓ Idiosincrasia			

**Fuente:** Investigación.

**Elaborado por:** Adriana María Romero Cuervo.



## Recolección de información

**Tabla N° 5: Recolección de Información**

<b>Preguntas Básicas</b>	<b>Explicación</b>
<b>¿Por qué?</b>	Para alcanzar los objetivos de la investigación
<b>¿A quién?</b>	Parroquia Cunchibamba, Provincia Tungurahua
<b>¿Sobre qué aspecto?</b>	Comunicación Radial Integración comunitaria
<b>¿Quién? ¿Quiénes?</b>	Adriana María Romero C.
<b>¿Cuándo?</b>	Año 2015
<b>¿Dónde?</b>	Parroquia Cunchibamba
<b>¿Cuántas Veces?</b>	Una vez
<b>¿Qué técnicas de recolección?</b>	Encuesta
<b>¿Con que?</b>	Cuestionario

**Fuente:** Investigación.

**Elaborado por:** Adriana María Romero

## Técnicas e Instrumentos

La investigación se basa en la observación directa, siempre en contacto con los actores y participantes, y su diseño se estructura en la recopilación de datos. La aplicación del instrumento se va a direccionar inicialmente de forma individual, sin embargo, si fuera necesario se convocaría un grupo de apoyo adicional durante el proceso de levantamiento de la información estadística.

El instrumento seleccionado para la recolección de datos es una encuesta aplicada a una muestra de 367 de los 4475 habitantes de la Parroquia rural de Cunchibamba, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua

## Plan de Procesamiento de Información

Los datos recogidos se transforman siguiendo ciertos procedimientos:

Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta no pertinente.

Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales para corregir fallas de contestación.

Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadro de una sola variable, cuadros con cruces de variables.

Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

La presente encuesta está enfocada a investigar la situación actual en cuanto se refiere a la comunicación radial e integración comunitaria en la Parroquia de Cunchibamba, Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua.

La encuesta aplicada estuvo estructurada por 16 preguntas, cuyo principal objetivo fue recopilar información que ayudo al desarrollo de la presente investigación. Particularmente se recabo información en personas de ambos géneros y en edades comprendidas de 12 años en adelante.

A través de la primera parte de la encuesta se recabo información referente a la comunicación radial, identificando radios y programas con mayor aceptación, horario de preferencia entre otros aspectos, mientras tanto en la segunda parte se recabo información sobre la integración que se desarrolla en esta parte de la ciudad.

## Resultados de la encuesta

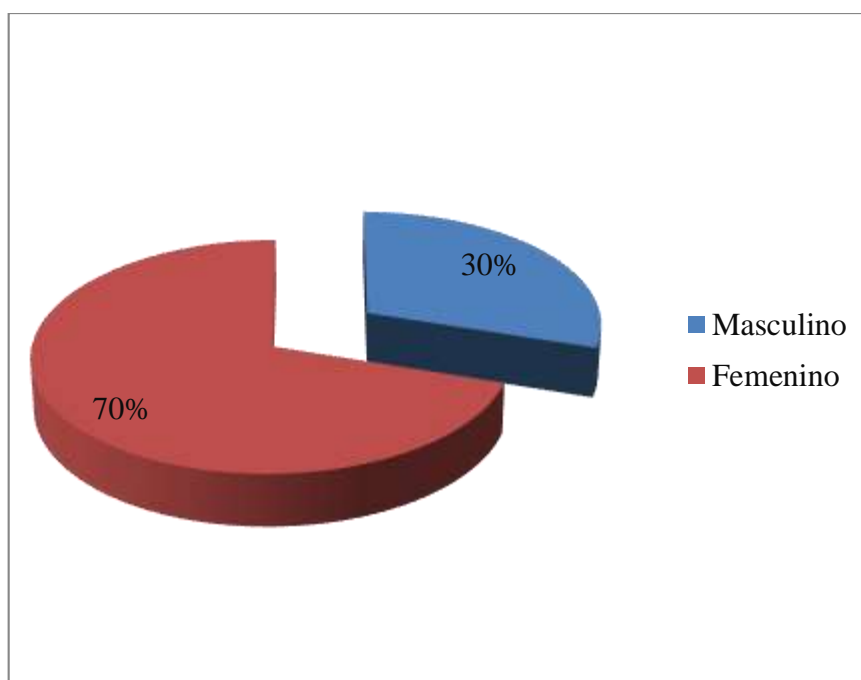
### 1. Género:

**Tabla N° 6: Género**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Masculino	110	30%
	Femenino	257	70%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 10: Género**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

## Análisis e Interpretación

El 70% corresponden al género Masculino, mientras que el 30% corresponden al género Femenino.

Con los datos obtenidos se puede indicar que un gran porcentaje de habitantes de la parroquia de Cunchibamba corresponden a hombres

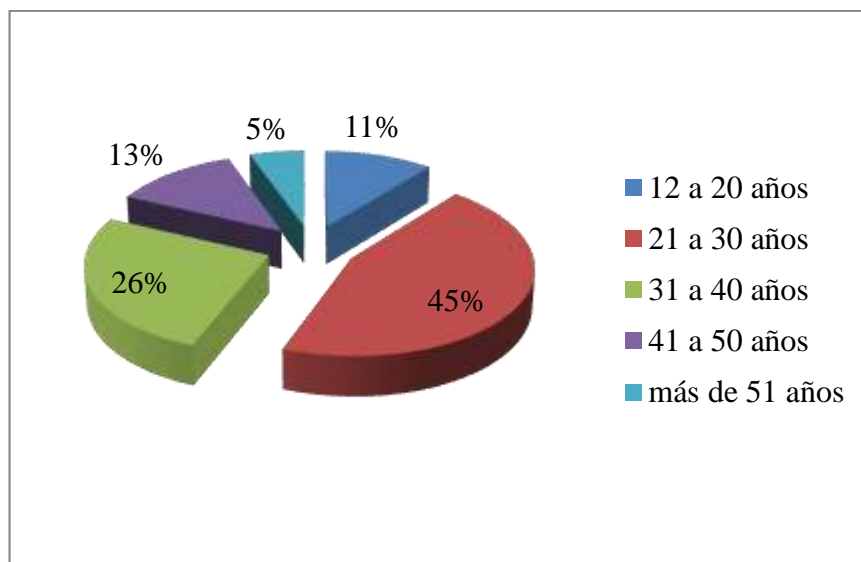
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

**Tabla N° 7: Edad**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	12 a 20 años	40	11%
	21 a 30 años	165	45%
	31 a 40 años	96	26%
	41 a 50 años	46	13%
	más de 51 años	20	5%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 11: Edad**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 45% corresponden a un rango de edad de 21 a 30 años, el 26% corresponden a un rango de edad de 31 a 40 años, el 13% corresponden a un rango de edad de 41 a 50 años, mientras el 11% corresponden a un rango de edad de más de 51 años y el 5% corresponde a un rango de edad de 12 a 20 años.

Esto permite conocer que la mayor parte de la población de la parroquia de Cunchibamba es adulta.

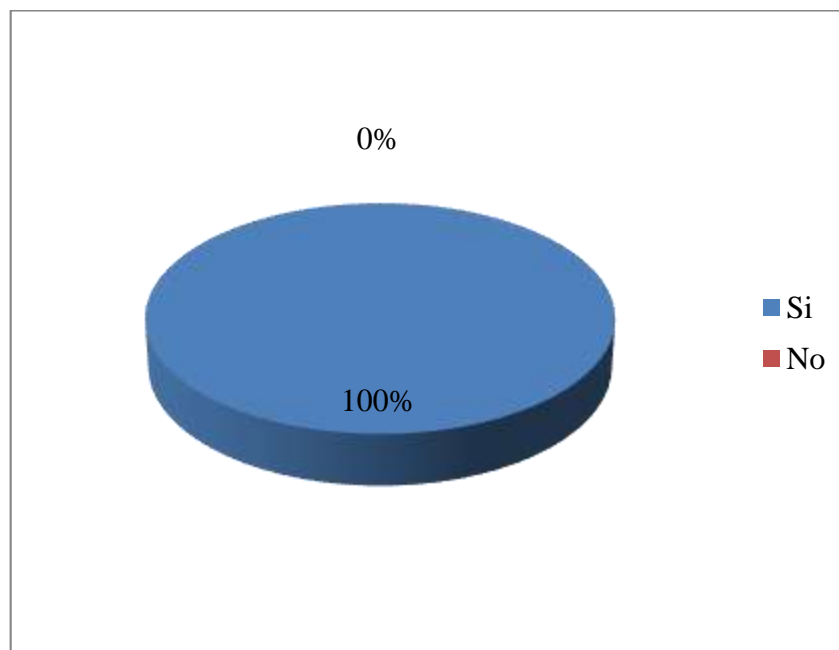
### 3. ¿Escucha Radio?

**Tabla N° 8:** ¿Escucha Radio?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	367	100%
	No	0	0%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 12:** ¿Escucha Radio?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### **Análisis e Interpretación**

Del 100% de personas encuestadas en su totalidad la población indica que escucha radio.

Esto permite conocer que la población de la parroquia de Cunchibamba tiene como habito escuchar radio ya que esto de una u otra manera de permite estar informado, distraerse o simplemente relajarse.

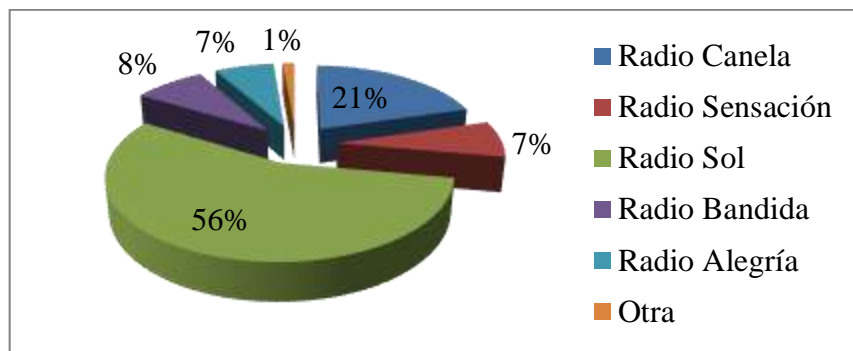
4. ¿Qué estación radial es de su preferencia?

**Tabla N° 9:** ¿Estación radial de su preferencia?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Radio Canela	75	20%
	Radio Sensación	27	7%
	Radio Sol	205	56%
	Radio Bandida	30	8%
	Radio Alegría	25	7%
	Otra	5	1%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 13:** ¿Estación radial de su preferencia?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 56% indicaron que la estación radial de su preferencia es Radio Sol, el 21% indicaron que la estación radial de su preferencia es Radio Canela, el 8% indicaron que la estación radial de su preferencia es Radio Bandida, el 7% indicaron que la estación radial de su preferencia es Radio Alegría y Radio Sensación y mientras el 1% indico que la estación radial de su preferencia es otra que no se encuentra en las alternativas.

La estación radial con mayor aceptación dentro de la parroquia de Cunchibamba es Radio Sol cuya estación cuenta con programación variada, música, deportes, noticias, entretenimiento, etc., que entretiene y anima al público oyente.

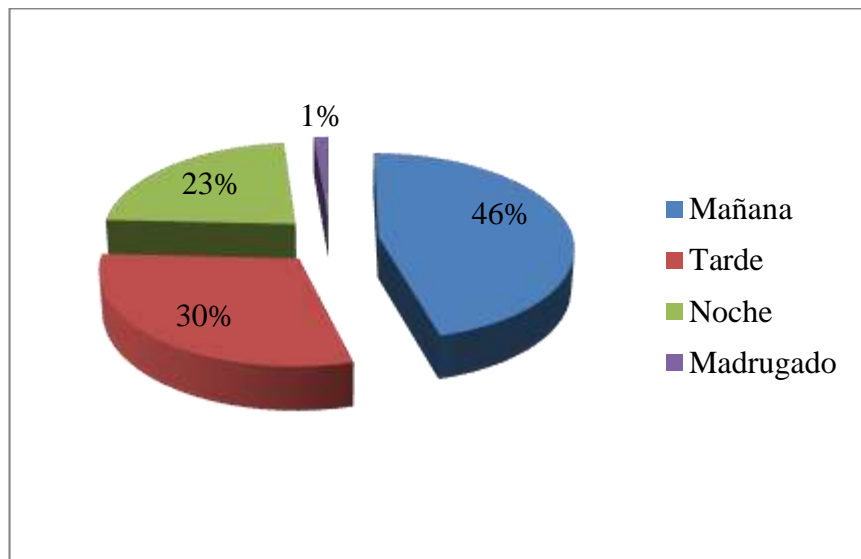
5. ¿Cuál es el horario de preferencia para escuchar radio?

**Tabla N° 10: ¿Horario de preferencia?**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Mañana	168	46%
	Tarde	110	30%
	Noche	84	23%
	Madrugado	5	1%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 14: ¿Horario de preferencia?**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 46% de personas indicaron que el horario de preferencia para escuchar radio es por la mañana, el 30% de personas indicaron que el horario de preferencia para escuchar radio es por la tarde, el 23% de personas indicaron que el horario de preferencia para escuchar radio es la noche y el 1% de personas indicaron el horario de preferencia para escuchar radio es por las madrugadas.

El horario con mayor aceptación dentro de la parroquia de Cunchibamba es por las mañanas por lo que nuestra propuesta estaría dirigida a este horario.



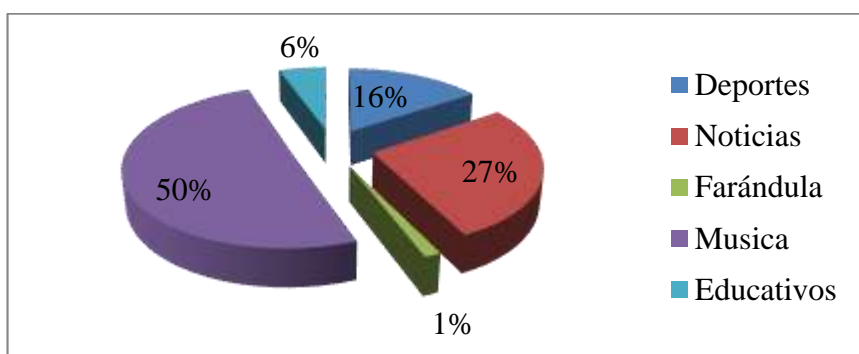
6. ¿Qué tipo de programas radiales le gusta escuchar?

**Tabla N° 11: ¿Programas radiales?**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Deportes	57	16%
	Noticias	100	27%
	Farándula	5	1%
	Música	185	50%
	Educativos	20	5%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 15: ¿Programas radiales?**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 50% de personas indicaron que el tipo de programación que les gusta escuchar son programas Musicales, el 27% de personas indicaron que el tipo de programación que les gusta escuchar son programas de Noticias, el 16% de personas indicaron que el tipo de programación que les gusta escuchar son programas Deportivos, el 6% de personas indicaron que el tipo de programación que les gusta escuchar son programas Educativos y el 1% de personas indicaron que el tipo de programación que les gusta escuchar son programas de farándula.

La mitad de habitantes de la parroquia de Cunchibamba dentro de sus gustos se manejan con la programación musical que brindan las estaciones radiales ya que en su hogar o lugar de trabajo sintonizan la radio para escuchar música.

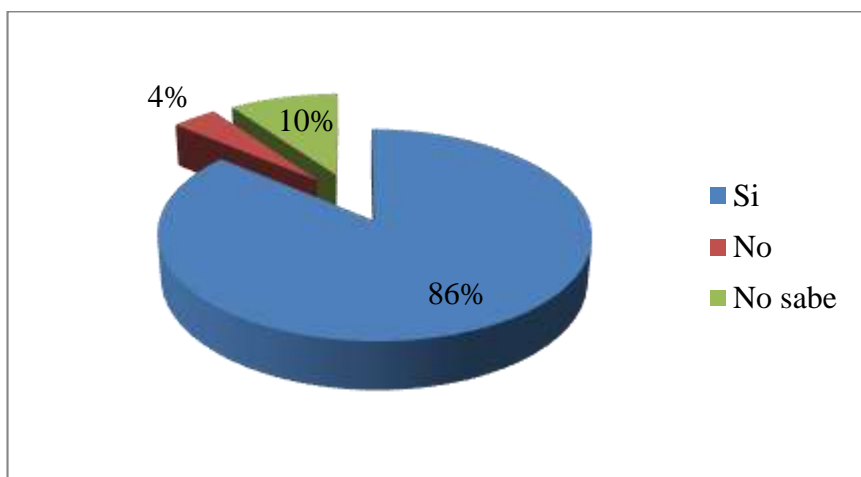
7. ¿Considera que por medio de la radio puede aprender temas educativos?

**Tabla N° 12:** ¿Por medio de la radio puede aprender temas educativos?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	316	86%
	No	15	4%
	No sabe	36	10%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 16:** ¿Por medio de la radio puede aprender temas educativos?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 86% de personas consideran que por medio de la radio Si se puede aprender temas educativos, el 10% de personas consideran no saber si por medio de la radio se puede aprender temas educativos y el 4% de personas consideran que por medio de la radio No se puede aprender temas educativos.

Esto permite conocer la opinión de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba los mismos que en su gran mayoría aseguran que por medio de la radio la población si aprende temas educativos ya que en la actualidad por parte del gobierno nacional se difunde un programa educativo “EDUCA” en todos los medios de comunicación el mismo que llama a la reflexión de la población en diferentes aspectos.

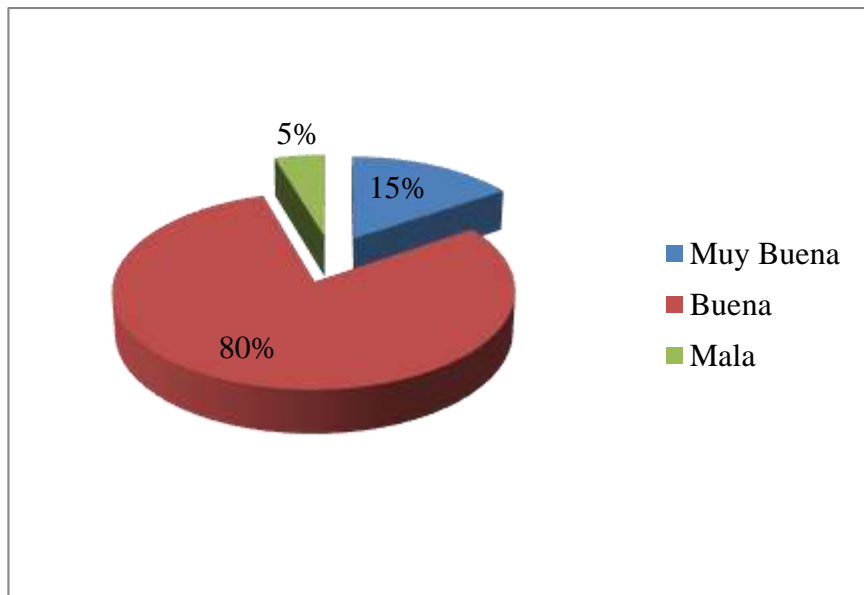
8. ¿Cómo califica la programación radial de la provincia?

**Tabla N° 13:** ¿Cómo califica la programación radial?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Buena	57	16%
	Buena	293	80%
	Mala	17	5%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 17:** ¿Cómo califica la programación radial?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 80% de personas califican la programación radial de la provincia como Buena, el 15% de personas califican la programación radial de la provincia como Muy Buena y el 5% de personas califican la programación radial de la provincia como Mala.

Esto permite conocer un indicador fundamental dentro de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba los mismos que en su gran mayoría consideran que la programación que se difunde en los medios de comunicación en especial de la radio es Buena pero lo que se busca es mejorar este nivel.

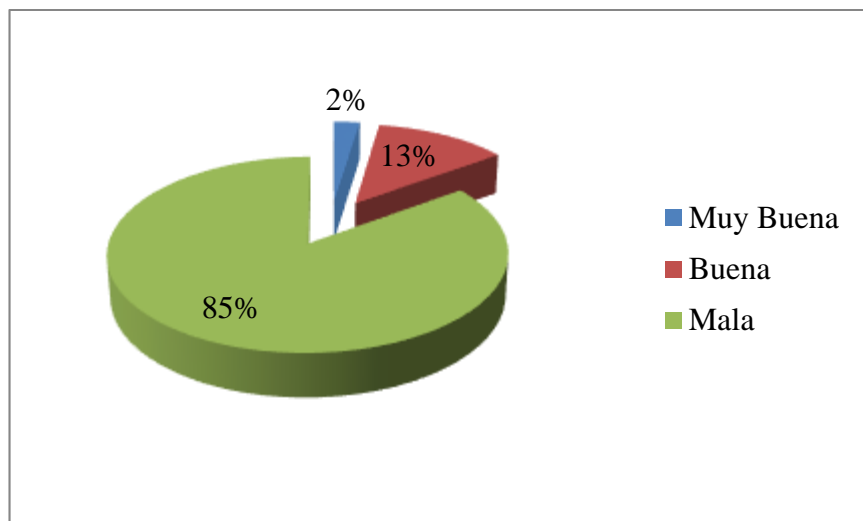
9. ¿Cómo considera que es actualmente la integración comunitaria en la localidad?

**Tabla N° 14:** ¿Integración comunitaria en su localidad?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Muy Buena	9	2%
	Buena	46	13%
	Mala	312	85%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 18:** ¿Integración comunitaria en su localidad?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 85% de personas consideran que actualmente la integración comunitaria en la parroquia es Mala, el 13% de personas consideran que actualmente la integración comunitaria en la parroquia es Buena y el 2% de personas consideran que actualmente la integración comunitaria en la parroquia es Muy Buena.

Esto permite conocer un indicador fundamental dentro de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba los mismos que en su gran mayoría consideran que la integración comunitaria pasa desapercibida ocasionando en muchos de los casos problemas entre vecinos por no estar de acuerdo en las decisiones que se toma.

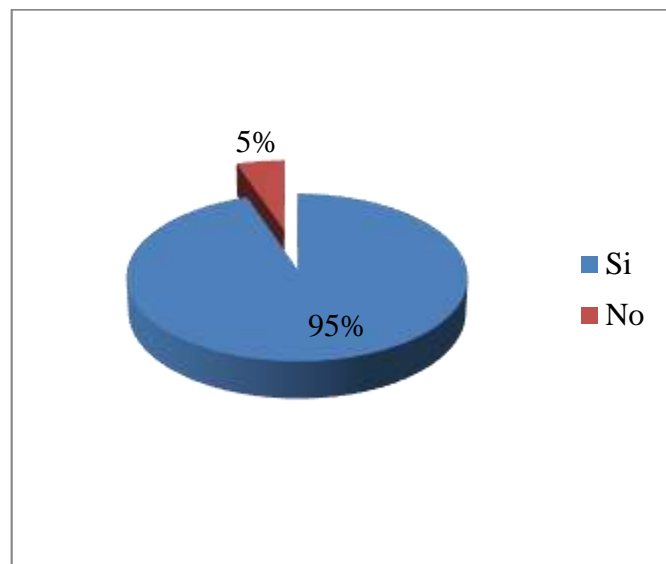
10. ¿Cree que la integración comunitaria ayuda al desarrollo educativo y social de la parroquia?

**Tabla N° 15:** ¿Integración comunitaria ayuda al desarrollo?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	348	95%
	No	19	5%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 19:** ¿Integración comunitaria ayuda al desarrollo?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 95% de personas consideran que la integración comunitaria Si ayudaría al desarrollo educativo y social de la parroquia mientras el 5% de personas consideran que la integración comunitaria no ayudaría al desarrollo educativo y social de la parroquia.

Esto permite conocer la opinión de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba los mismos que en su gran mayoría aseguran que una adecuada integración comunitaria ayudaría al desarrollo social y educativo de la parroquia evitando de esta manera que se generen problemas de diverso índole entre la comunidad.

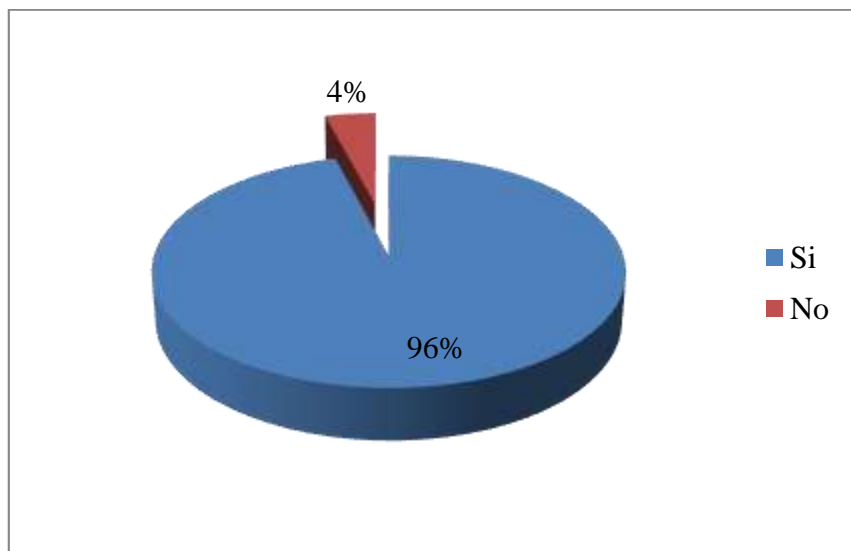
11. ¿Le gustaría que existan programas radiales que incentiven a la comunidad hacia el aprendizaje?

**Tabla N° 16:** ¿Programas radiales incentiven el aprendizaje?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	352	96%
	No	15	4%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 20:** ¿Programas radiales incentiven el aprendizaje?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 96% de personas les gustaría que existan programas radiales que incentiven a la comunidad hacia el aprendizaje, mientras al 5% de personas no les gustaría que existan programas radiales que incentiven a la comunidad hacia el aprendizaje.

Esto permite conocer la opinión de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba misma que servirá para la propuesta, pues en su gran mayoría aseguran que desearían escuchar algo nuevo ya no los mismos programas de siempre sino algo novedoso que llame la atención a la población y más si en este tipo de programas se difunden temas que ayuden al aprendizaje en ciertos temas que la población desconoce.

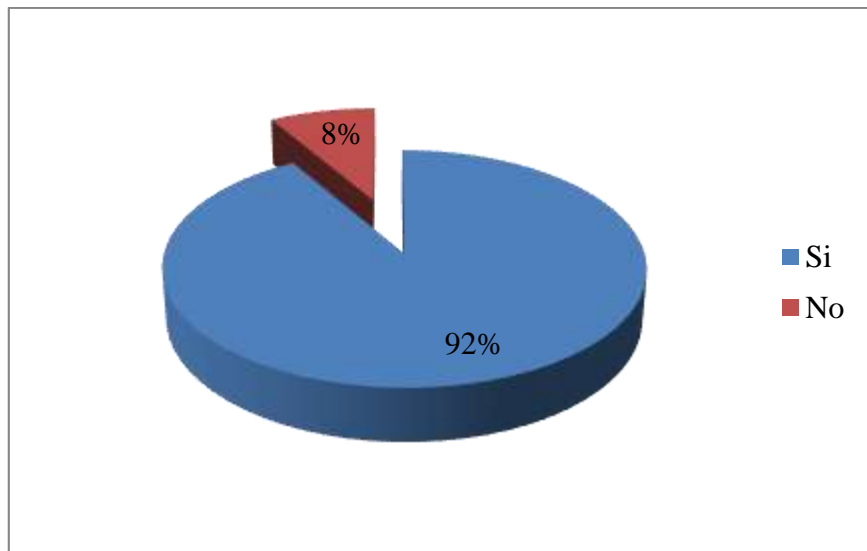
12. ¿Cree que la existencia de un programa radial encaminara a la integración comunitaria y disminuirá la violencia de la localidad?

**Tabla N° 17:** ¿Programas radiales encaminara a la integracion comunitaria?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	336	92%
	No	31	8%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 21:** ¿Programas radiales encaminara a la integración comunitaria?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 92% de personas indican que la existencia de un programa radial encaminaría a la integración comunitaria y disminuiría la violencia, mientras tanto el 8% de personas indican que la existencia de un programa radial No encaminaría a la integración comunitaria y tampoco disminuiría la violencia en la población.

Esto permite conocer la opinión de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba misma que servirá para la propuesta ya que en su gran mayoría aseguran que la existencia de un programa radial ayudaría a la integración comunitaria y más aun a disminuir el índice de violencia con temas educativos, de pareja, de familia, de entretenimiento, etc.

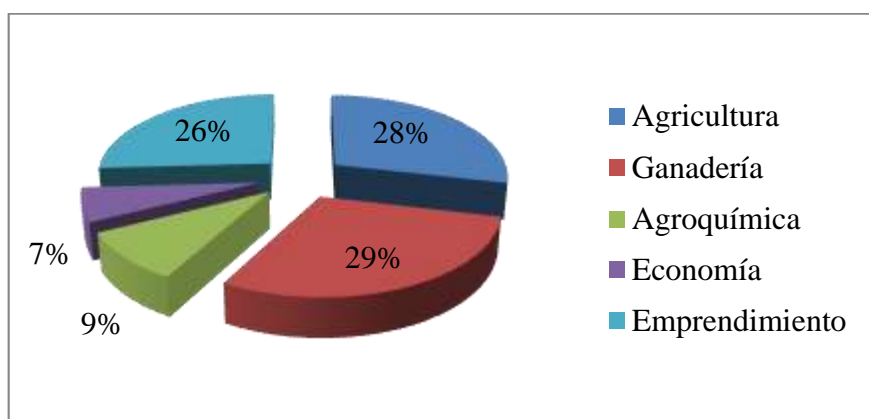
13. Le gustaría recibir información radial sobre:

**Tabla N° 18: ¿Información radial?**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Agricultura	105	28%
	Ganadería	108	29%
	Agroquímica	35	10%
	Economía	24	7%
	Emprendimiento	95	26%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 22: ¿Información radial?**

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 29% de personas indican que les gustaría recibir información radial sobre Ganadería, el 28% de personas indican que les gustaría recibir información radial sobre Agricultura, el 26% de personas indican que les gustaría recibir información radial sobre Emprendimiento, el 9% de personas indican que les gustaría recibir información radial sobre Agroquímica y el 7% de personas indican que les gustaría recibir información radial sobre Economía.

En su gran mayoría la opinión es diversa ya que es una zona productiva y sus habitantes necesitan estar enterados de diversos temas que ayuden en su desarrollo cotidiano.



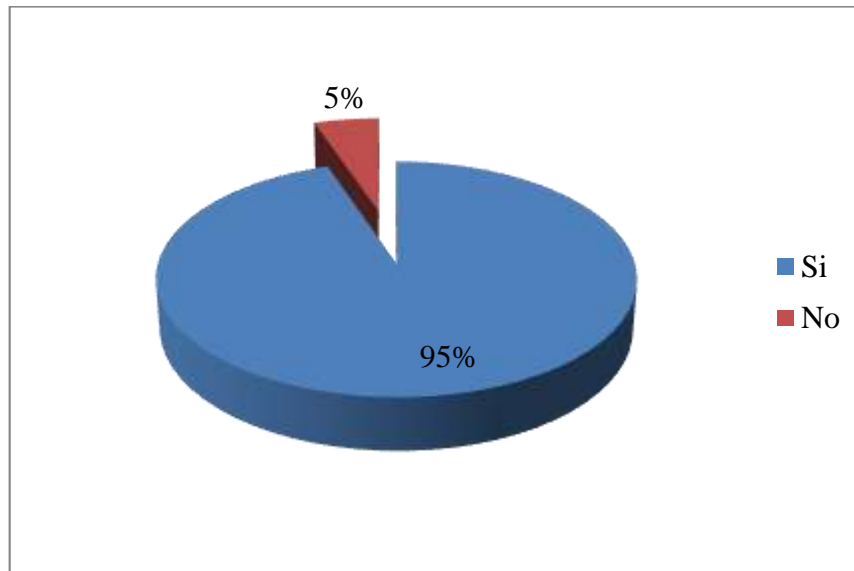
14. ¿Le gustaría ofertar su producción artesanal en la radio?

**Tabla N° 19:** ¿Le gustaría ofertar su producción artesanal en la radio?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	348	95%
	No	19	5%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 23:** ¿Le gustaría ofertar su producción artesanal en la radio?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 95% de personas indican que les gustaría ofertar su producción artesanal en la radio, mientras el 5% de personas indican que No les gustaría ofertar su producción artesanal por medio de la radio.

Estos datos reflejan que la mayoría de los habitantes de la parroquia de Cunchibamba desearían ofertar sus productos por medio de la radio ya que es un medio de comunicación masivo esto de una u otra forma ayudaría a que la población conozca de su producción.

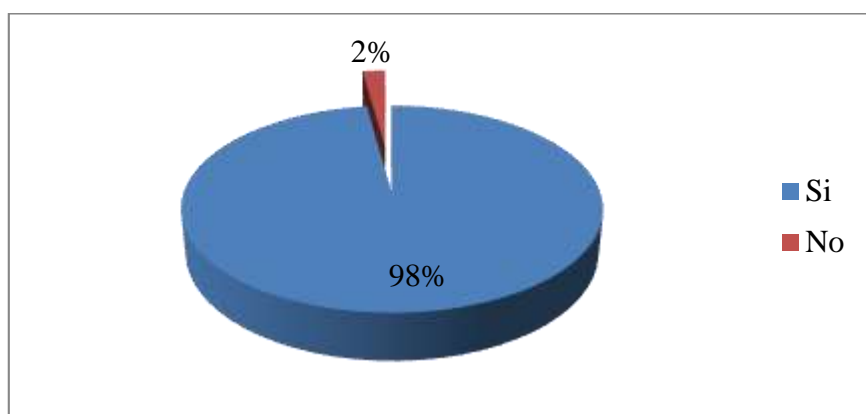
15. ¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua?

**Tabla N° 20:** ¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	359	98%
	No	8	2%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 24:** ¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 98% de personas indicaron que se interesarían en programas de radio que enseñen el correcto uso del español y del quichua mientras tanto el 2% de personas indicaron que No se interesarían en programas de radio que enseñen el correcto uso del español y del quichua.

En conclusión se puede manifestar que los habitantes de la parroquia de Cunchibamba se interesarían por escuchar programas que enseñen y eduquen a la gente de este sector en temas educativos como lo es el correcto uso del español y más aún del quichua que es el idioma que utilizaron nuestros antepasados para la comunicación.

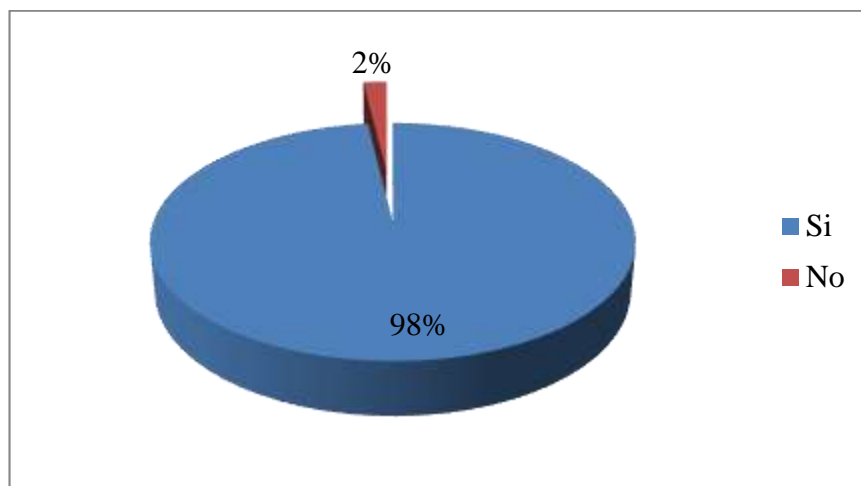
16. ¿Le gustaría unificar los precios de sus productos y comunicarse con otras comunidades rurales por medio de la radio?

**Tabla N° 21:** ¿Le gustaría unificar precios y comunicarse con otras comunidades por medio de la radio?

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Si	360	98%
	No	7	2%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 25:** ¿Le gustaría unificar precios y comunicarse con otras comunidades por medio de la radio?

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Análisis e Interpretación

El 98% de personas indicaron que les gustaría unificar los precios de sus productos y comunicarse con otras comunidades rurales por medio de la radio mientras tanto el 2% de personas indicó que No desearían unificar los precios de sus productos y tampoco comunicarse con otras comunidades rurales por medio de la radio.

Los habitantes de la parroquia de Cunchibamba en su gran mayoría se interesarían por unificar los precios de los productos de esta zona además de utilizar a la radio como principal medio de comunicación entre comunidades a fin de conocer la situación actual de dichas comunidades.

## **Verificación de Hipótesis**

Para la verificación de hipótesis se utilizó las siguientes preguntas de las encuestas:

### **Análisis de Chi Cuadrado**

Para la comprobación de la hipótesis se siguieron los siguientes pasos:

#### **1. Planteo de Hipótesis**

La Comunicación Radial local incide en el desarrollo e integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

a) Modelo Lógico

#### **Hipótesis Nula**

Ho: La comunicación radial local **NO** incide en el desarrollo e integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

#### **Hipótesis Alternativa**

H1: La comunicación radial local **SI** incide en el desarrollo e integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua.

#### **b) Modelo Matemático**

Ho:  $O = E$

H1:  $O \neq E$

**c) Modelo Estadístico**

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

$\chi^2$  = Chi cuadrado

**O** = Frecuencias observadas

**E** = Frecuencias esperadas

**Tabla N° 22: Frecuencias Observadas**

Recuento		¿Cree que la integración comunitaria ayuda al desarrollo educativo y social de la parroquia?		
		Si	No	Total
¿Cómo califica la programación radial de la provincia?	Muy Buena	271	9	280
	Buena	74	8	82
	Mala	5	0	5
	<b>Total</b>	350	17	367

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

**Tabla N° 23: Frecuencias Esperadas**

		¿Cree que la integración comunitaria ayuda al desarrollo educativo y social de la parroquia?		
¿Cómo califica la programación radial de la provincia?		Si	No	Total
	Muy Buena	267,03	12,97	280
	Buena	78,20	3,80	82
	Mala	4,77	0,23	5
	<b>Total</b>	350	17	367

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Tabla de contingencia en SPSS

**Tabla N° 24:** Tabla de Contingencia en SPSS

			¿Cree que la integración comunitaria ayuda al desarrollo educativo y social de la parroquia?		Total
			Si	No	
¿Cómo califica la programación radial de la provincia?	Muy Buena	Observadas	271	9	280
	Buena	Esperadas	267,0	13,0	280,0
	Buena	Observadas	74	8	82
		Esperadas	78,2	3,8	82,0
	Mala	Observadas	5	0	5
		Esperadas	4,8	,2	5,0
Total		Observadas	350	17	367
		Esperadas	350,0	17,0	367,0

**Fuente:** Investigación de Campo

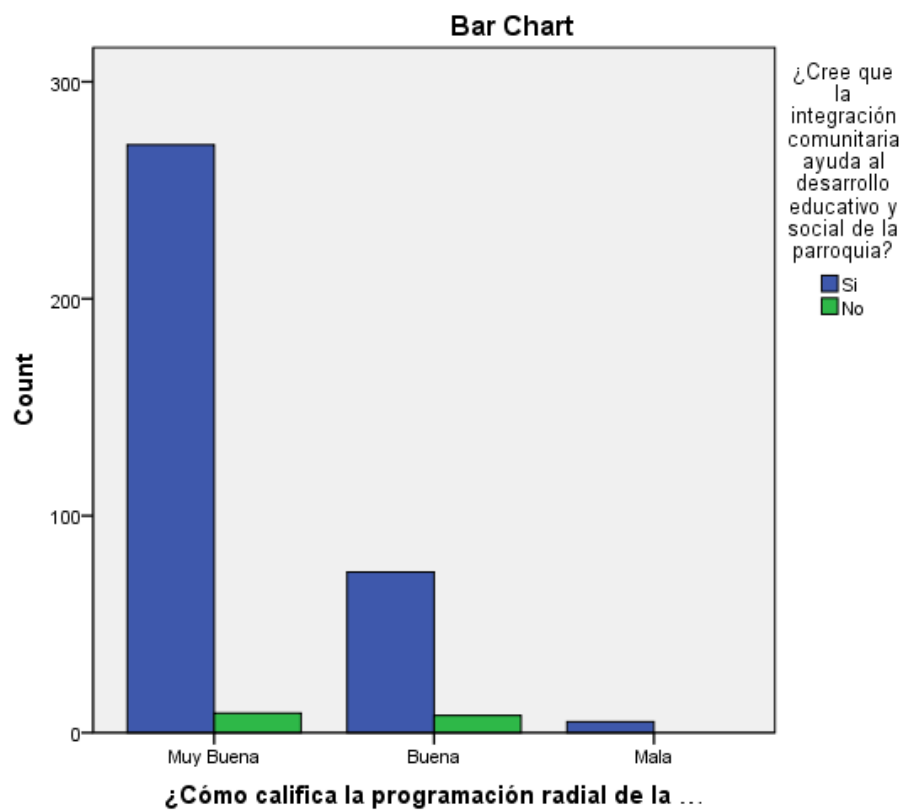
**Elaborado por:** Adriana Romero

**Tabla N° 25:** Tabla de Contingencia

	O	E	(O-E)	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E)/E
Muy Buena/Si	271	267,03	3,97	15,76	0,06
Muy Buena/No	9	12,97	-3,97	15,76	1,22
Buena/Si	74	78,20	-4,20	17,65	0,23
Buena/No	8	3,80	4,20	17,65	4,65
Mala/Si	5	4,77	0,23	0,05	0,01
Mala/No	0	0,23	-0,23	0,05	0,23
					6,39

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero



**Gráfico N° 26:** X<sup>2</sup> Chi cuadrado SPSS

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

Grados de Libertad

$$gl = (f - 1)(c - 1)$$

$$gl = (3 - 1)(2 - 1)$$

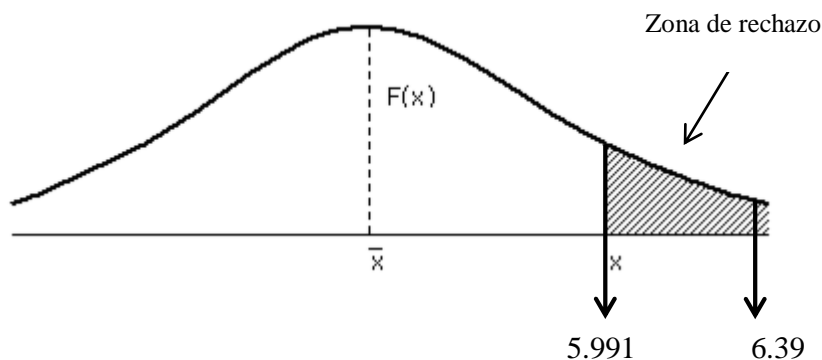
$$gl = (2)(1)$$

$$gl = 2$$

Dado que los grados de libertad son 2 con un  $\alpha=0.05$  tenemos  $x^2_t = 6.39$

$$x^2_c > x^2_t$$

$$6.39 > 5.9915$$



**Gráfico N° 27:**  $X^2$  Chi cuadrado  
**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Adriana Romero

### Decisión

Dado que el Chi cuadrado calculado 6.39 es mayor que el Chi cuadrado tabulado 5,991, a 2 grado de libertad y una tolerancia máxima de error del 0.05 a un nivel de confianza del 95%, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula y se queda con la hipótesis alterna, es decir que “La comunicación radial local **SI** incidirá en el desarrollo e integración comunitaria de la zona rural de la Parroquia de Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua”.



## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

- Mediante la investigación y análisis de resultados realizados por medio de la encuesta, se identificó que la emisora con mayor aceptación es la Radio Sol, con un 56% de radioescuchas en la Parroquia de Cunchibamba.
- Según los habitantes de la Parroquia de Cunchibamba la programación radial que se difunde es calificada como buena con un 80% de aceptación; no obstante sería de su interés recibir información sobre temas concretos como ganadería, agricultura y emprendimiento. Para ello el horario más idóneo sería en las mañanas, según el 46% de la población encuestada.
- En la Parroquia de Cunchibamba actualmente los habitantes califican de mala integración comunitaria con un 85% e indican que sí estarían interesados en un programa radial que mejore la comunicación entre sus habitantes, incluyendo temas educativos a nivel social para fomentar la unión y el desarrollo de su comunidad.

#### **Recomendaciones**

- Se debe tomar en cuenta para el planteamiento del proyecto radial en la Parroquia de Cunchibamba, que la emisora de mayor aceptación es Radio Sol por su contenido comunicativo, sin embargo; hay que recordar que

existen otras radios locales con las que se podría fomentar la integración social.

- Dentro del espacio radial hablar, debatir e informar a la población acerca de temas relacionados con proyectos de emprendimiento, de esta manera promover la integración, comunicación y la superación de la parroquia. El espacio propuesto deberá ser transmitido en las mañanas, en la emisora de preferencia que es Radio Sol según resultados de la encuesta.
- Proponer alternativas de comunicación radial para mejorar la integración comunitaria a nivel local rural en la parroquia Cunchibamba, en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua, donde la comunicación sea un instrumento para llegar a las zonas rurales.

## **CÁPITULO VI**

### **PROYECTO**

#### **TEMA:**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA PROMOCION DE  
LA INTEGRACIÓN COMUNITARIA EN LA PARROQUIA DE  
CUNCHIBAMBA**

#### **JUSTIFICACIÓN**

En una parroquia como Cunchibamba, se calcula un dato de nivel de pobreza bastante elevado durante el último censo realizado por el INEC. Este dato deducido en un 83 % de la población, es preocupante, pero también contradictorio, tomando en cuenta que el 92% de las familias tienen vivienda propia. Lo anterior nos deja ver el problema y parte de la solución. De esa manera El proyecto planteado a continuación, y dirigido a la comunidad en mención, busca un beneficio social, pero también económico y así mismo un aporte a la mejora en la calidad de vida de sus pobladores.

El proyecto comprende la implementación de un programa radial que capacita a los pobladores de Cunchibamba en formación y educación social por medio de la enseñanza en ámbitos como: la agricultura, la ganadería y el emprendimiento. Este programa estaría acompañado de eventos de integración comunitaria que le darían un tinte social y de producción por medio de una feria de pequeños comerciantes.

Un proyecto de esta magnitud cobra importancia dentro de la sociedad y específicamente en la comunidad de Cunchibamba, por diferentes razones: La

primera y más importante es que aporta en educación social de manera masiva y gratuita a una población afectada neurálgicamente por la pobreza y la falta de emprendimiento. Genera ideas de pequeños negocios que son la fuente de autoempleo en una comunidad afectada por la migración y el desempleo y por último contribuye a generar posibilidades de mejora de una calidad de vida en una comunidad con oportunidades y recursos humanos y naturales.

Por último cabe mencionar que el proyecto de educación social por medio de una programación radial es viable y sostenible económicamente, pero más importante todavía, es el impacto social positivo que generará en la población en un plazo corto y a costos reducidos.

## **MARCO TEÓRICO**

### **El guion Radiofónico**

Para Rodríguez (2011) el guion radiofónico

El guion es un texto que incluye y detalla todo lo que sucederá en una producción radiofónica. El guion es algo destinado a desaparecer una vez que la producción está en el aire. En ese texto se expresan previamente las decisiones de un proceso que finalizará en el éter: qué personas hablan, en qué momento ingresa la música, qué efecto de sonido acompañará el relato, entre otras indicaciones (p. 18).

Bajo esta perspectiva el guion radiofónico no es otra cosa una herramienta que permite planificar un programa en la radio, estableciendo un registro del material sonoro necesario para llevar a cabo el programa.

### **Formatos Periodísticos**

Así mismo Rodríguez (2011) menciona que los formatos periodísticos permiten trabajar la información y describir los acontecimientos, entre los cuales se tiene:

**Periodismo informativo:** Su fin es que las personas se enteren de un hecho acontecido. Pero informativo no es sinónimo de objetivo. El mismo hecho puede

dar lugar a noticias muy diferentes. Todo depende de cómo se trata y se transmite una información.

**Periodismo de opinión o interpretativo:** Además de informar, su objetivo es explicar o analizar un determinado suceso. Comentar implica conocer el tema, investigarlo, ampliar la información y los argumentos que sustentan una opinión personal o colecta sobre la coyuntura.

**Periodismo de investigación:** Su objetivo es revelar un determinado hecho. En una investigación se indaga con profundidad un tema y se exponen sus resultados. Muchas veces el periodismo de investigación está ligado a la denuncia pública (p. 63).

Estos formatos periodísticos tienen un mismo fin, el cual radica en informar a las personas de noticias y acontecimientos generados en la actualidad, partiendo de esta idea como en toda actividad existen diversos criterios a la hora de dar la información correspondiente, es por ello que el autor describe a los más destacados como: informativo, de opinión y de investigación.

## **Entrevista**

Para Puchol (2012) una entrevista básicamente se compone de lo siguiente:

Una entrevista se puede desarrollar en diversos escenarios, puede haber uno o más entrevistadores, puede revestir la forma de un interrogatorio casi policíaco o, por el contrario puede ser una conversación en la que te sentirás cómodo. Se puede hablar de ti y de tus circunstancias personales o acerca de casi cualquier tema que puedas imaginar, (cine, arte, naturaleza, política...). Tu entrevistador impondrá las reglas que mejor le perezcan (p. 5).

En la entrevista intervienen dos elementos el entrevistador (quien pregunta) y el de entrevistado (quien responde). Además, dentro de la entrevista ambas partes tienen sus intereses: el entrevistador quiere obtener más y mejores respuestas; el entrevistado decir lo que quiere decir y evitar lo que no quiere decir.

## **Tipos de entrevistas**

Además Rodríguez (2011) enlista ciertos tipos de entrevistas, los mismos que son descritos a continuación:

**Entrevista informativa:** Como su nombre lo indica, sirve para obtener datos, números, completar informaciones con protagonistas o testigos de los acontecimientos. El entrevistado no necesariamente es alguien conocido, ya que el objetivo es enriquecer la información sobre un determinado acontecimiento. Son entrevistas que refieren a noticias de actualidad. También pueden ser vehículo de divulgación de temas de agenda.

**Entrevista coyuntural:** Generalmente, es una entrevista callejera, de dos o tres preguntas, con el objetivo de recolectar datos de manera rápida sobre un tema puntual. Las encuestas o vox pop son entrevistas coyunturales.

**Entrevista de opinión o especializada:** En este caso, la entrevista tiene el objetivo de profundizar opiniones, argumentos y valoraciones sobre un tema o una situación. La entrevista de opinión es un formato de análisis que indaga en el porqué de los hechos y sus repercusiones. Muchas veces, personas reconocidas y expertas son entrevistadas, ya que su mirada sobre un tema es socialmente relevante.

**Entrevista de personalidad:** También llamada semblanza o historia de vida. En este caso, el eje de la entrevista no es un hecho puntual, sino una persona, es el mismo entrevistado: su vida, su historia, su experiencia, su carácter, sus sentimientos. Este tipo de entrevista nos permite conocer el quehacer, las vivencias, las ideas y emociones de una persona interesante para la audiencia (p. 80).

Básicamente el objetivo que busca una entrevista es obtener información referente a un tema en común a través de un conversatorio entre dos o más personas, bajo la perspectiva del autor se pueden identificar cuatro tipos de entrevistas: de tipo informativa, de tipo coyuntural, de opinión y de personalidad.

## **Un Programa de Radio**

Según Rodríguez (2011)

Un programa es un recorrido por distintos contenidos seleccionados. Un viaje que invita al oyente a recorrer, con imaginación y deseos de oír, distintos momentos, sensaciones y ritmos.

La idea de programa remite a la acción de programar, es decir, de prever y planificar. En ese plan se da continuidad a una secuencia de pasos ordenada en segmentos. Hacer un programa significa tomar decisiones y realizar algo que se ha previsto con anterioridad. Ese recorrido tiene un destino, es guiado por un objetivo: dará conocer informaciones del barrio o difundir el último disco del artista local que más nos gusta, por ejemplo (p. 115).

Un programa de radio es un espacio de tiempo con contenido de emisión que es difundido a través de una emisora, se puede encontrar infinidad de programas

como de información, reportajes, educación, concursos, musicales, etc., mismos que tienen como único fin el de informar y entretener a su audiencia.

## **1. Datos Generales**

### **1.1 Nombre del Proyecto**

Proyecto para la creación de un espacio de comunicación en radio para promover la integración comunitaria en la parroquia de Cunchibamba por medio de programación educativa.

### **1.2 Entidad Ejecutora**

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE LA PARROQUIA DE  
CUNCHIBAMBA

#### **MISIÓN**

Cunchibamba propende ser una Parroquia organizada y eficiente que gestiona, planifica y promueve el desarrollo, articulando las necesidades básicas de la población en planes, programas y proyectos que son ejecutados con el apoyo de Entidades Gubernamentales, y gracias a la participación ciudadana.

#### **VISIÓN**

Para el año 2020 será una parroquia ordenada, planificada y unida, practicando valores de convivencia con equidad social y de cuidado al medio ambiente, con todos los servicios básicos y sociales para el bienestar de sus habitantes; potenciando el desarrollo local, fortaleciendo las actividades agropecuarias, industriales y de servicios, lo que dinamiza, la economía local.

#### **OBJETIVOS INSTITUCIONALES**

Obtener con la organización y coordinación de los agricultores, el mejoramiento de la producción y comercialización sin afectar el medio ambiente.

Ser una población organizada y capacitada para alcanzar metas y crear fuentes de trabajo; con salud y educación de calidad.

Alcanzar el manejo adecuado de los recursos: agua, medio ambiente con un territorio planificado en beneficio de su población para la ejecución de obras dentro de un plan de ordenamiento territorial y de acuerdo a las constitución en lo que respecta a sus competencias y al COOTAD.

### **1.3 Cobertura y Localización**

Macro: Ecuador

Meso: Provincia de Tungurahua

Micro: Parroquia de Cunchibamba

Se encuentra a 15 Km. Al norte de la ciudad de Ambato. Se encuentra ubicada a 2900 msnm. Limitada al norte de la parroquia Antonio José de Holguín perteneciente a la provincia de Cotopaxi específicamente nuestra delimitación está con el caserío Chasualó al sur con la parroquia Unamuncho, al este con el río Culapachan y al oeste con el camino real. Cuenta con una superficie territorial de 18,9 Km<sup>2</sup> que corresponde al 1,87% de área cantonal. El clima es templado entre húmedo y seco con una temperatura promedio de 8 a 19° C.

División Política.- Cuenta con los siguientes barrios: el centro, la Loma Grande, San Vicente, Juan Montalvo, El Progreso, San Pablo, San Jorge, San José de Pucarumí y San Rafael.



## DIVISIÓN POLÍTICA



**Fuente: GADP de Cunchibamba**

**Elaborado por: Adriana Romero**

### 1.4 Monto

**Tabla N° 26: Monto Total**

<b>Total</b>	<b>\$156.016,49</b>
--------------	---------------------

**Fuente: Investigación**

**Elaborado por: Adriana Romero**

### 1.5 Plazo de Ejecución

Se estima que la duración del proyecto es de 14 meses, desde enero del 2017 hasta marzo del 2018.

### 1.6 Sector y Tipo de Proyecto

Sector: Desarrollo Social

Sub sector: Desarrollo rural.

## 2. Diagnóstico y Problema

### 2.1 Descripción de la situación actual del área de intervención del proyecto.

#### Educación

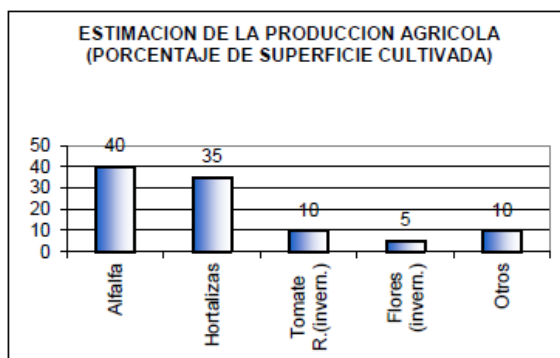
En la parroquia existen pocos centros educativos, básicamente existe una Unidad Educativa, que actualmente está funcionando con un sistema de Bachillerato en Ciencias. Dicho Centro Educativo se encuentra ubicado en el centro de la parroquia, en el Barrio Pucarumí donde encontramos el Centro Educativo “Héctor Lara”, el cual cuenta con pre-quinder y primero a séptimo año.

#### Salud

La parroquia de Cunchibamba cuenta con un Sub Centro de Salud, el mismo que cuenta con las especialidades de odontología, Ginecología, y medicina general. Actualmente está dirigida por el Dra. Anahí Mantilla y cuatro profesionales de las diferentes áreas, sus labores las realizan de lunes a sábado.

#### Actividad Económica

La población en su mayoría se dedica a la agricultura con la producción de cebolla colorada y hortalizas. A través de invernaderos obtienen tomate riñón y frutilla, que son comercializados en mercados del cantón Ambato. Otro rubro de ingresos es la producción de flores para la exportación, actividad que genera gran rédito económico a los pobladores.



Fuente: GADP de Cunchibamba

Elaborado por: Adriana Romero

Referente a la ganadería, la cría de ganado de leche es más para el consumo local. A través de la organización comunitaria Jesús del Gran Poder se impulsa el comercio en la crianza de animales domésticos como el cuy y conejo. En lo artesanal está la confección de ropa, y calzado así como también la albañilería. Otra fuente de ingreso es la pequeña industria mediante la fabricación de vidrio y carrocerías, mismas que han dado empleo a gran cantidad de habitantes de la parroquia.

**Tabla N° 27: Tabla de Actividad Económica de la Parroquia**

Cuadro. PEA según rama de actividades en la parroquia Cunchibamba		
<b>Cunchibamba</b>		100
<b>Rama de actividad (Primer nivel)</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	717,00	32,44
Explotación de minas y canteras	4,00	0,18
Industrias manufactureras	581,00	26,29
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1,00	0,05
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de deshechos	5,00	0,23
Construcción	369,00	16,70
Comercio al por mayor y menor	204,00	9,23
Transporte y	46,00	2,08

almacenamiento		
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	40,00	1,81
Información y comunicación	4,00	0,18

**Fuente: GADP de Cunchibamba**  
**Elaborado por: Adriana Romero**

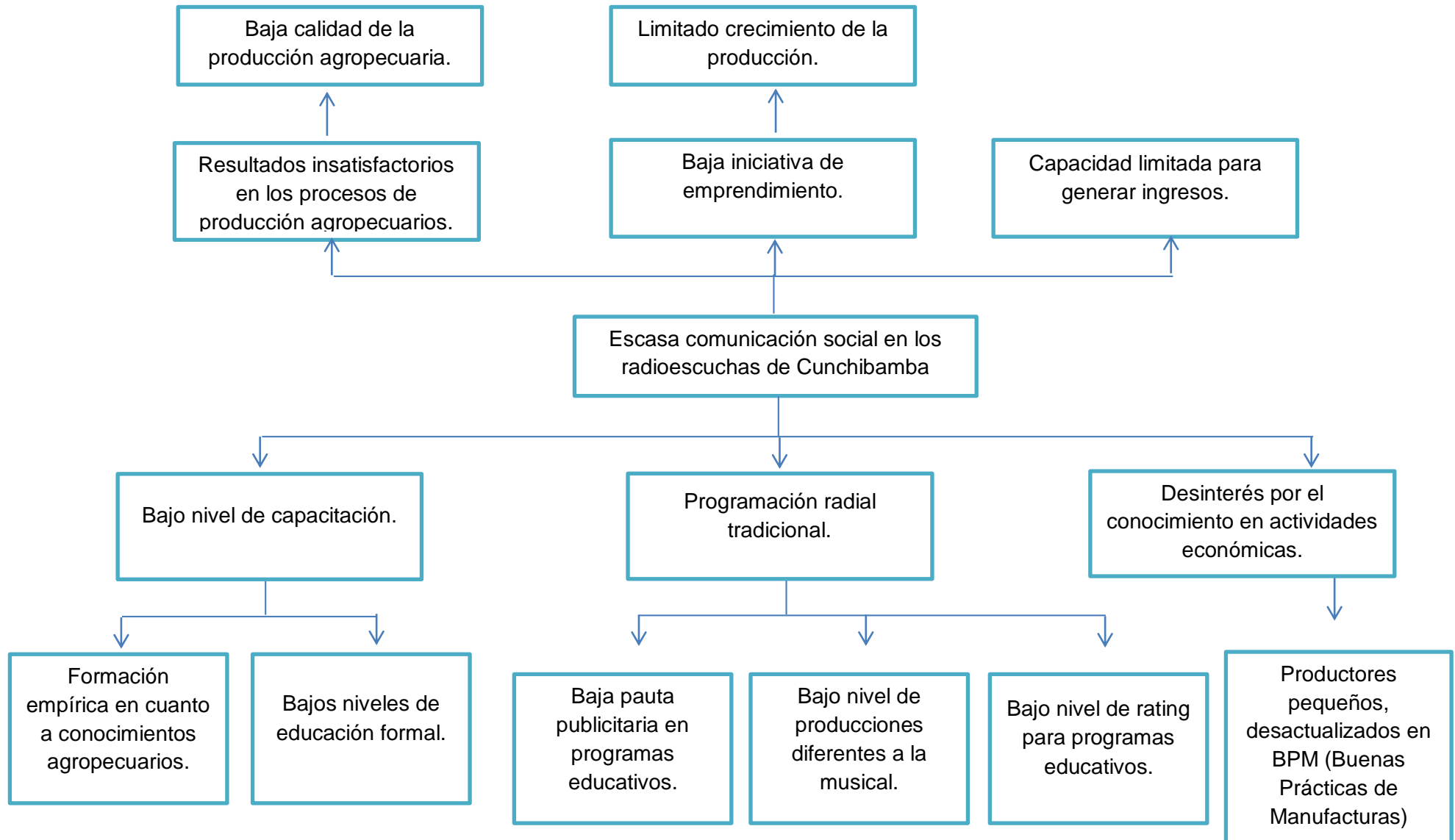
### Migración

En la parroquia el fenómeno migratorio es temporal por parte de los hombres jefes de familia y jóvenes, quienes salen principalmente a Ambato o Latacunga a trabajar como empleados en instituciones estatales o privadas desempeñándose en las áreas de servicio, como estibadores o jornaleros. Esto ha traído como consecuencia el abandono de los campos y la disminución de la mano de obra. Cabe señalar también que en ciertos casos los moradores también han migrado a otros países como España, Estados Unidos entre otros.

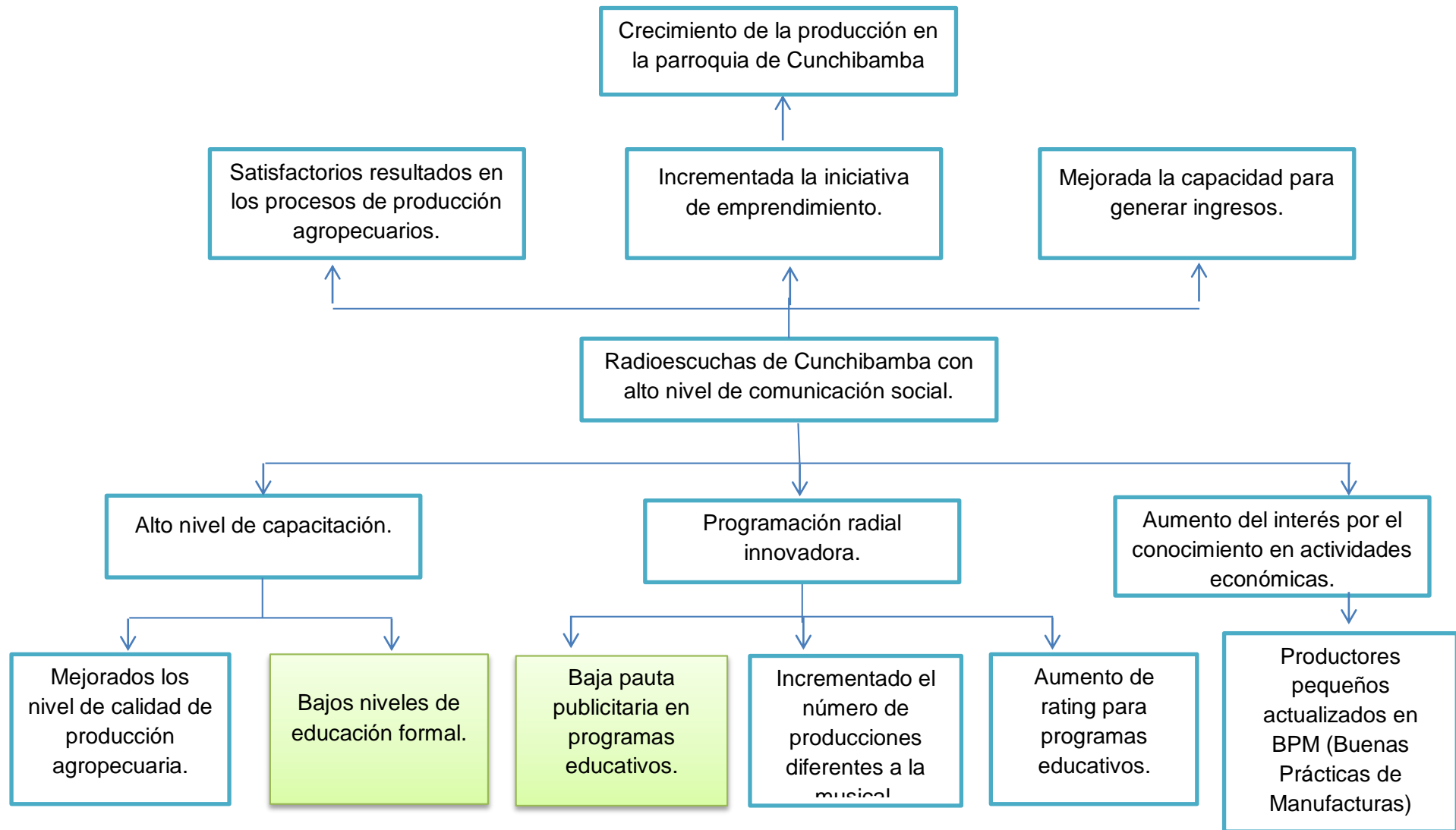
### Servicios Básicos

En la actualidad Cunchibamba cuenta con servicio de agua potable y alcantarillado en toda la parroquia. En cuanto a infraestructura se han realizado trabajos de veredas, bordillos y adoquinado en las Jama Coaque, Imperio Incaico y parte de la Valdivia. Además se ha realizado la construcción de empedrado y cunetas las calles del límite provincial sector la Lindera.

## 2.2 Identificación, descripción y diagnóstico del problema.



## Análisis de Objetivos



## Análisis de Alternativas

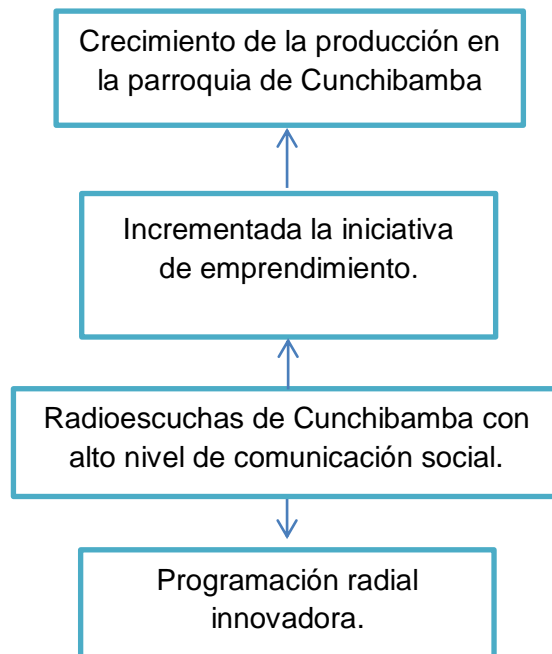
**Tabla 28 N°: Tabla de Análisis de Alternativas**

CRITERIO	COEFICIENTE	ALTERNATIVA 1: PLAN DE CAPACITACIÓN DE PRODUCCIÓN AGROPECUARIA.	ALTERNATIVA 2: IMPLEMENTAR UN PROGRAMA RADIAL DE TIPO EDUCATIVO E INFORMATIVO.	ALTERNATIVA 3: PLAN DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE MICROEMPRESAS.			
COSTO	5	3	15	4	20	2	10
TIEMPO	3	2	6	3	9	1	3
VIABILIDAD	5	2	10	4	20	2	10
RIESGOS ECONÓMICOS	4	3	12	3	12	1	4
CONTRIBUCIÓN AL LOGRO DEL OBJETIVO	5	2	10	4	20	3	15
INTERÉS DE CARÁCTER GUBERNAMENTAL	5	3	15	4	20	2	10
TOTAL			68		101		52

Fuente: Investigación

Elaborado por: Adriana Romero

## Análisis de Alternativa



Mediante la propuesta de una programación radial innovadora, que trate temas sobre agricultura, ganadería y emprendimiento, los radioescuchas de la parroquia de Cunchibamba incrementarán el nivel de comunicación social. Además la iniciativa de emprendimiento en la comunidad aumentará dando como resultado el crecimiento en la producción de la parroquia.

### 2.3 Línea base del proyecto

Para la ejecución del proyecto, se ha tomado en cuenta como línea base los siguientes datos.



**Tabla N° 29 Tabla de Línea Base de la Parroquia Cunchibamba**

<b>DATO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
POBLACIÓN	4.475	100%
<b>GÉNERO DE LA POBLACIÓN</b>		
HOMBRES	2107	47,08%
MUJERES	2368	52,92%
POBREZA	3.809	85,3%
<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA</b>		
HOMBRE	1220	27,26%
MUJER	990	22,12%
<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE INACTIVA</b>		
HOMBRE	448	10,01%
MUJER	917	16,37%
<b>EDUCACIÓN</b>		
EDUCACIÓN PRIMARIA	2282,25	
SECUNDARIA	223,75	
SUPERIOR	268,5	
ANALFABETISMO	358	8.4%
<b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>		
AGRICULTURA Y GANADERÍA	717,00	32,44%
COMERCIO	204,00	9.23%
SERVICIOS DE HOSTELERÍA Y COMIDAS	40,00	1.81%

**Fuente: INEC 2010**

**Elaborado por: Adriana Romero**

**Tabla 30: Tabla de familias por barrio de la parroquia Cunchibamba**

Barrio	Población (hab.)				# viviendas	# familias
	Hombres	Mujeres	Niños	Total		
Pucarrumi	300	450	200	950	221	300
San Pablo	115	175	130	420	80	110
San Rafael	122	160	130	412	86	140
San Jorge	125	145	90	360	90	100
Montalvo	365	365	220	950	172	190
Centro	340	340	230	910	172	182
La Loma	28	33	17	78	18	20
El Progreso	63	73	38	174	40	45
San Vicente	32	37	19	88	20	22
<b>TOTAL</b>	<b>1490</b>	<b>1778</b>	<b>1074</b>	<b>4342</b>	<b>899</b>	<b>1109</b>
Porcentaje %	35	40	25	100	100	100

**Fuente: INEC 2010**

**Elaborado por: Adriana Romero**

Según el censo de Población y vivienda 2010, en la Parroquia de Cunchibamba habitan 4475 personas, de las cuales el 52,92% corresponde a las mujeres mientras que el 47,08% son hombres.

El Estado ecuatoriano mide la pobreza por necesidades básicas insatisfechas considerando cinco dimensiones de satisfacción de necesidades del hogar: características físicas de las viviendas, disponibilidad de servicios básicos de la vivienda, hacinamiento del hogar, hogares con niños que no asisten a clase y la dependencia económica del hogar. Según las necesidades básicas insatisfechas, se ha determinado que el 85,3% de la población viven en situación de pobreza.

En cuanto a la educación en la población mayor de 5 años, el 51,39% tiene educación primaria, el 14,70% tiene nivel secundario y apenas el 5,49% tiene instrucción superior, mientras que el 6,01% de la población no tiene ningún nivel de instrucción. El Analfabetismo en la parroquia de Cunchibamba es del 8,4%, siendo el nivel más alto de analfabetismo en las mujeres con un 6,7%.

En el ámbito económico se presentan como las principales actividades la agricultura, la ganadería, el comercio, los servicios de alojamiento y de comidas. La actividad agropecuaria, es una de las más importantes en la parroquia, debido a que el 90% de la población es dueña de sus tierras. La mayor parte de los cultivos son de alfalfa, hortalizas entre los que prevalece, lechugas, coles, brócolis, remolacha, cebolla colorada y hierbas medicinales; además existe una producción de pasto para forraje. Muchos de estos productos son comercializados en las ciudades de Ambato y Salcedo para su distribución a todo el país.

## **2.4 Análisis de oferta y demanda**

Tomando como referencia la investigación realizada durante los capítulos III y IV, se determina que no es necesario aplicar un nuevo estudio de mercados puesto que los datos recolectados dentro de la encuesta utilizada sirven como guía para determinar la oferta y la demanda a utilizar en el planteamiento de este proyecto.

### **Demanda**

La población de referencia del presente proyecto es de 4475 personas que viven en la parroquia de Cunchibamba, es decir, la población de influencia; la población demandante potencial son 367 personas que se obtuvo luego del cálculo de muestreo, en el capítulo III.

Para la población demandante efectiva se ha tomado como referencia la pregunta 13 de la encuesta realizada en la investigación previa. Le gustaría recibir información radial sobre:

**Tabla N° 31: Tabla de Demanda**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Agricultura	105	28%
	Ganadería	108	29%
	Agroquímica	35	10%

	Economía	24	7%
	Emprendimiento	95	26%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

Se determinó que la demanda de información educacional radial de mayor preferencia es de 29% sobre ganadería, el 28% agricultura y el 26% sobre emprendimiento.

#### Oferta

Después de identificar y analizar el comportamiento y evolución de todas las entidades oferentes del servicio de radiodifusión en el área de influencia, se puede deducir que actualmente no se oferta ningún programa radial de capacitación similar al que propone el presente proyecto dirigido a esta parroquia. En la pregunta 4 de la encuesta previamente aplicada durante el capítulo IV, la población manifiesta que la estación radial de su preferencia es Radio sol con un 56% de escucha.

¿Qué estación radial es de su preferencia?

**Tabla N° 32: Tabla de Oferta**

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Radio Canela	75	20%
	Radio Sensación	27	7%
	Radio Sol	205	56%
	Radio Bandida	30	8%
	Radio Alegría	25	7%
	Otra	5	1%
	Total	367	100%

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

## Público Objetivo

**Tabla N° 33: Tabla de Público Objetivo**

Emisora de preferencia	Muestra	Porcentaje	Población Objetiva
Radio sol	205	56%	2506
Radio Canela	75	20%	895
Radio Sensación	27	7%	313,25
Radio Bandida	30	8%	358
Radio Alegría	25	7%	313,25
Otra	5	1%	44.75

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Adriana Romero

## 2.5 Identificación y caracterización de la población objetivo

### Matriz de Involucrados

**Tabla 34: Tabla de Matriz de Involucrados**

<b>Grupos Involucrados</b>	<b>Problemas Percibidos</b>	<b>Intereses Respecto al Proyecto</b>	<b>Recursos y Mandatos</b>	<b>Conflictos Potenciales</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Posición Potencial</b>
<b>Comunidad de la Parroquia Cunchibamba</b>	Escasa de capacitación a la población sobre temas como agricultura, ganadería y emprendimiento.	Capacitar a la población. Crear fuentes de empleo.	Captar el interés de los pobladores mediante La Publicidad. Plan Nacional del Buen Vivir, objetivo 2: Desarrollar e implementar procesos de capacitación.	Poca acogida del programa radial.	5	FAVORECEDORES
<b>Asociación de Artesanos</b>	Competencia en el mercado de producción artesanal.	Obtener capacitación para los integrantes de la asociación.	Código Laboral. Artículo 290. Facultades de artesanos y aprendices Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado y mantener sus talleres. Artículo 287.- Artesano autónomo.- Se considera artesano autónomo al que ejerce su oficio o	Oposición a la ejecución del proyecto.	3	INDIFERENTES

			arte manual, por cuenta propia, pero sin título de maestro, ni taller.			
<b>GADP de Cunchibamba</b>	Poco interés por capacitar a la población. Falta de planes estratégicos para mejorar la producción de la parroquia.	Promover el desarrollo de la parroquia.	Plan Nacional del Buen Vivir. Objetivo 9: Fortalecer las competencias de fomento productivo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con el objeto de apoyar iniciativas económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos.	Poca promoción del programa radial por parte del GADMAP de Cunchibamba.	5	FAVORECEDORES
<b>Radio Sol</b>	Desinterés por programas de tipo educativo.	Fomentar la creación de programas radiales educativos.	Plan Nacional del Buen Vivir. Objetivo 5: Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos.	Desconocimiento por parte de los locutores sobre la temática a tratarse.	5	FAVORECEDORES
<b>Radio Canela</b>	Resistencia al cambio de contenido transmitido en radio.	Captar el interés de audiencia alternativa.	Ley de Comunicación: “las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y	Contenido educativo propuesto en el programa radial no es acorde al contenido	1	OPOSITORES

			televisión de señal abierta de distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% para la operación de medios privados, y 34% para la operación de medios comunitarios”	transmitido por Radio Canela.		
<b>TOTAL</b>						-3 A favor -1 Indiferente -1 En contra

**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Adriana Romero

1	2	3	4	5
En contra	Poco interesado	indiferente	Interesado	A favor



### **3. Articulación con la Planificación**

#### **3.1 Alineación Objetivo Estratégico Institucional.**

Mediante la creación del espacio radial con temas de interés por la comunidad, se contribuirá al cumplimiento de los objetivos del GADP de Cunchibamba.

La producción y comercialización agrícola mejorará por medio de las capacitaciones radiales sobre: manejo adecuado de agroquímicos, preparación de la tierra, calidad y uso de abono, entre otros. Además los pobladores tomaran conciencia respecto al uso adecuado de recursos como el agua y el medio ambiente.

Se capacitará en el área de emprendimiento, para que la comunidad obtenga nuevas fuentes de empleo y sostenibilidad.

#### **3.2 Contribución a los Objetivos de Plan Nacional del Buen Vivir.**

El presente proyecto contribuirá al cumplimiento de los siguientes objetivos del PNBV:

Objetivo 2.- Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.

Desarrollar e implementar procesos de capacitación, aprendizaje vocacional, formación profesional y de talento y demás instrumentos que promuevan habilidades productivas y capacidades para el trabajo, acordes a la ampliación, a la diversificación productiva de cada territorio y al modelo territorial nacional deseado, reconociendo la diversidad y complementariedad territorial, con pertinencia cultural y enfoques de género e intergeneracional.

Objetivo 5.- Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Estimular la creación, la producción, la difusión, la comercialización, la distribución, la exhibición y el fortalecimiento de emprendimientos e industrias

culturales y creativas diversas, como sector estratégico en el marco de la integración regional.

Objetivo 9.- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

Fortalecer las competencias de fomento productivo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados, con el objeto de apoyar iniciativas económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos a nivel local, que aprovechen la especialización productiva y respeten la capacidad de acogida de cada territorio, así como sus potencialidades, conocimientos y experiencias.

#### **4. Marco Lógico**

##### **4.1 Objetivo General**

Insertar educación social en la comunidad de Cunchibamba por medio de programación radial.

##### **4.2Objetivos Específicos**

Identificar las necesidades según el nivel de producción en la población de Cunchibamba para la elaboración de contenidos radiales.

Diseñar un programa radial dirigido a la población de Cunchibamba que contenga temas adecuados y de interés en los sectores productivos.

Capacitar a la comunidad de Cunchibamba en temas de su interés tales como ganadería, agricultura y emprendimiento.

##### **4.3 Indicadores de Resultados**

**Tabla 35: Tabla de Indicadores de Resultados**

Indicadores de Resultados	Año 2017- 2018	Total
Número de programas radiales transmitidos	51	51
Porcentaje de radio escuchas en la población.	60%	60%

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

#### 4.4 Matriz Marco Lógico

Tabla N° 36: Tabla de Matriz de Maro Lógico

ESTRUCTURA DEL MARCO LÓGICO			
Resumen Narrativo de Objetivos	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de verificación	Supuestos
<b>FIN</b> Promover la integración comunitaria de la parroquia Cunchibamba para mejorar su calidad de vida.	Aumento de autoempleo e ingresos económicos al menos en un 40 % de las familias de la comunidad al año 2018	Ficha de observación.	La población se integra económica y culturalmente.
<b>PROPÓSITO</b> Generar un espacio de comunicación radial dedicado a la educación social y capacitación agropecuaria y de emprendimiento.	Incremento de radio escuchas frecuentes en programación educativa en el sector en un 60% a tres meses de iniciado el proyecto.	Sondeos de opinión	La población se muestra interesada en las técnicas enseñadas durante la capacitación radial.
<b>COMPONENTES</b>  <b>Componente 1</b> Evento de Promoción y divulgación del proyecto en la comunidad de Cunchibamba.	Número de asistentes al evento, interesados en la programación radial en un 30 % de la población en enero del 2017.	Ficha de asistencia	La población se interesa y asiste al evento de manera masiva.
<b>Componente 2</b> Diseño e implementación de la programación radial	Incremento de personas que se interesan y sintonizan el programa (rating) en un 50% en Mayo del 2018	Sondeo de audiencia	La población pone en práctica las técnicas aprendidas durante la programación radial.
<b>Componente 3</b> Evento general de integración (Feria de Emprendimiento agropecuario)	Acrecentamiento de los micro productores de la parroquia en un 40% en Abril del 2018	Ficha de inscripción al evento.	Interés de los micro productores por asistir a la feria.
<b>Actividades</b>  <b>Componente 1</b>  -Publicidad e invitación al evento.	\$1.240		

-Evento	\$1.500		
-Publicidad del programa.	\$340		
<b>Componente 2</b>			
-Contrato y transmisión del programa radial con la emisora con mayor acogida.	\$2		
-Diseño del Programa radial.	\$5.100		
-Grabaciones y entrevistas.	\$7.600		
-Realizar sondeos de radioescuchas a los 3 meses.	\$1600		
<b>Componente 3</b>			
-Invitación y Publicidad al evento final.	\$990		
	\$0		
-Inscripción de los participantes al evento.	\$200		
-Contrato de animador y artistas invitados	\$750		
-Contrato de sistema de audio.	\$900		
-Alquiler de carpas.	\$0		
-Supervisión de personal del GADP			

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## 5. Análisis Integral

### 5.1 Vialidad Técnica

#### 5.1.1 Descripción de la Ingeniería del Proyecto

##### Componente 1

El primer componente consta de actividades enfocadas a la promoción y lanzamiento del programa radial mediante un evento de integración con la

Comunidad, en dónde se da a conocer la importancia y beneficios del proyecto. Se realiza la invitación al evento mediante perifoneo, cuñas en diferentes radios de mayor preferencia en la parroquia y afiches en lugares concurridos de los barrios de Cunchibamba.

En el evento se da a conocer el tipo de contenido que se trata en el programa radial, temas de importancia para la comunidad, la hora y el día en qué se transmite, que sea el adecuado para sus oyentes. Se brinda información a los asistentes mediante tríptico, gigantografías y charlas. Las opiniones e inquietudes de los asistentes son escuchadas por los representantes del GADP y los organizadores del proyecto.

Las actividades de este componente se realizarán el día sábado 21 de enero del 2017 a las 10 de la mañana en la Unidad Educativa Darío Guevara, con el objetivo de conseguir una mayor asistencia de familias y pobladores de la parroquia de Cunchibamba. La socialización de los temas se hará con el fin de acordar el nombre del programa y los detalles de su emisión, basándose en los resultados de las encuestas anteriormente realizadas.

El propósito de este evento es básicamente integrar a la comunidad e incentivarle a apoyar el proyecto de educación social por medio de la programación radial, escuchando cada domingo la emisora elegida a la hora indicada; y participar, si se requiere, en las entrevistas que se realizarán a los pobladores.

Finalmente, durante esta reunión se motivará a seguir los consejos dados por profesionales en el área agropecuaria para aumentar los ingresos familiares y asistir con sus productos a la feria anual de emprendimiento de Cunchibamba.

## Componente 2

Durante el diseño e implementación de la programación radial se desarrollan diferentes actividades que permiten el correcto engranaje de su radiodifusión. Inicialmente se realiza la contratación de un espacio de una hora de emisión al aire en la emisora Radio Sol, frecuencia más escuchada por los habitantes de la

comunidad de Cunchibamba según el estudio de mercados realizado en el capítulo IV del trabajo de investigación.

Este espacio radial se contrata por prestación de servicios integrales, incluyéndose en el precio general todos los servicios profesionales como preproducción, producción y postproducción del programa, es decir, el pago del espacio mensual incluye el trabajo total hasta obtener el producto final.

Previo a esa contratación se tomaría en cuenta la participación de un comunicador social o un trabajador social que hiciera las veces de productor, siendo conocedor del tema comunicacional y el tema social, para conseguir una mayor eficacia en el programa y asegurar que la capacitación esté bien encaminada. Este profesional podría ser el mismo proyectista, para reducir gastos.

Paralelamente se realiza un trabajo de campo anterior a cada programa en emisión que permita la grabación de los temas a tratar en cada uno de ellos, con técnicos, ingenieros, y especialistas en los temas de capacitación agropecuaria y de emprendimiento. Esta actividad permitirá reducir en un 70% los costos debido a que un programa en vivo cuesta muchísimo más.

Durante la puesta en marcha del proyecto se llevará a cabo trimestralmente un trabajo de sondeo por medio de encuestas mediante el cual se realizará el monitoreo del proceso de la programación y del rating.

## PROGRAMACIÓN RADIAL

### CRONOGRAMA DE EMISIÓN DE PROGRAMACIÓN RADIAL

#### MÓDULO 1

#### AGRICULTURA

Objetivo del Módulo: Adquirir conocimientos generales para la aplicación de nuevas técnicas que permitan una mejora en la producción agrícola.

**Tabla 37: Tabla de Cronograma de emisión Módulo 1**

MES	Nº de Programa.	Modulo	Temas	Contenido	Fecha
Marzo	1	Agricultura 1	Suelos	-Composición del suelo. -Tipos de suelos. -Manejo del suelo y agua para la agricultura -Técnicas de recuperación del suelo.	05/03/2017
	2	Agricultura 2	Fertilizantes	-Qué es un fertilizante. -Tipos de fertilizantes.	12/03/2017
	3	Agricultura 3	Abonos	-¿Qué son Abonos? -Tipos de Abonos -¿Cómo hacer abono en casa?	19/03/2017
	4	Agricultura 4	Cultivo de Hortalizas	-Coliflor -Col -Brócoli -Remolacha	26/03/2017

				-Tomate -Cebolla	
Abril	5	Agricultura 5	Otras plantas	-Alfalfa -Plantas medicinales.	02/04/2017
	6	Agricultura 6	Floricultura	-Estaciones para floricultura -Invernaderos para floricultura. -Plantas y flores ornamentales. -Tipos de flores adecuadas para la zona.	09/04/2017
	7	Agricultura 7	Invernaderos	-Tipos de invernaderos. -Materiales y ventilación. -Mantenimiento de invernaderos. -¿Cómo hacer un invernadero casero?	16/04/2017
	8	Agricultura 8	Cultivos Hidropónicos	-Sistemas de riego de cultivos Hidropónicos. -Sistema de drenaje para cultivos Hidropónicos. -Pasos para iniciar un cultivo hidropónico casero -Ventajas y desventajas de los cultivos Hidropónicos. -Sustratos recomendados para los cultivos Hidropónicos.	23/04/2017
	9	Agricultura 9	Frutas	-Beneficios de los frutales -Donde plantar los frutales. -Factores para la selección de frutales. -Siembra de frutales. -Control de plagas. -Frutales sugeridos para la zona.	30/04/2017
Mayo	10	Agricultura 10	Producción Artesanal de té	-Materiales -Molido -Elaboración de bolsas para té -Empaque	07/05/2017
	11	Agricultura 11	Agricultura Ecológica	-Desarrollo y gestión de sistemas agrícolas sostenibles.	14/05/2017



	12	Agricultura 12	Agricultura Urbana	-Granjas verticales. -Macetohuerto. -Pared de cultivo. -Techo verde.	21/05/2017
	13	Agricultura 13	Huertos Familiares	-El mejor lugar para formar un semillero. -Camas de germinación y siembra. -Producción de semillas. -Estacas.	28/05/2017
Junio	14	Agricultura 14	Conocimientos sobre agricultura ancestral.	-Plaguicidas naturales. -Abono orgánico con excremento animal. -Chacareros y sus técnicas. -Recuperación de semillas ancestrales.	04/06/2017
	15	Agricultura 15	Buenas Prácticas de Manufactura 1	-¿Qué se debe hacer para obtener una buena siembra? -¿Cómo preparar el terreno para el cultivo? -¿Cómo se debe hacer la plantación?	11/06/2017
	16	Agricultura 16	Buenas Prácticas de Manufactura 2	-¿Cómo obtener una buena cosecha? -¿Cómo preparar el empaque para la cosecha? -¿Cómo almacenar la cosecha?	18/06/2017
	17	Agricultura 17	Buenas Prácticas de Manufactura 3	-Medidas de higiene para la manufactura agrícola. -Tipos de desinfectantes para productos agrícolas. -¿Cómo ofrecer un buen producto agrícola? -¿Cómo mantener la buena calidad de los productos agrícolas?	25/06/2017
Total: 4 meses	Total de programas: 17				Total de semanas: 17

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## MODULO 2

## GANADERÍA

Objetivo: Conocer las características de los diferentes tipos de ganado mediante su clasificación, para una mejor explotación de sus recursos.

**Tabla N° 38: Tabla de Cronograma de emisión de programas Modulo 2**

MES	N° de Programa.	Modulo	Temas	Contenido	Fecha
Julio	1	Ganadería 1	Tipos de Ganado por zona	-Ovino -Vacuno -Porcino -Cuyes -Pollos	02/07/2017
	2	Ganadería 2	Alimentos Balanceado Animal	-Tipos de balanceado para cada ganado. -Ventajas y desventajas de los balanceados animales.	09/07/2017
	3	Ganadería 3	Aves	-Nutrición animal -Salud animal. -Genética.	16/07/2017
	4	Ganadería 4	Cerdos	-Alimentos balanceados para cerdos. -Guía de salud para cerdos y porcinos.	23/07/2017
	5	Ganadería 5	Ganado Ovino y Caprino	-Marcas de identificación -Domesticación -Leche sementada -Aprovechamiento del cuero.	30/07/2017
	6	Ganadería 6	Bovino	-Complementos alimenticios para bovinos. -Suplementos. -Salud animal.	06/08/2017

Agosto	7	Ganadería 7	Cuyes y Conejos	-Nutrición animal -Guía de salud	13/08/2017
	8	Ganadería 8	Apicultura	-Tipos de colmenas -Producción y conservación de la miel -Clasificación de las abejas	20/08/2017
	9	Ganadería 9	Producción de Huevos	-Gallinas ponedoras -Técnicas de producción de huevos. Comercialización. -Consideraciones sanitarias.	27/08/2017
Septiembre	10	Ganadería 10	Producción de leche	-Sistemas de producción. - Manejo de las vacas -Recogida de leche, transporte y procesamiento. -Envasado - Control de calidad y seguridad.	03/09/2017
	11	Ganadería 11	Producción de carne bovina	-Clasificación de canales. -Sistemas de producción de carne. -Tipos de carne y cortes. -Clasificación de un canal. -Grados de calidad de un canal.	10/09/2017
	12	Ganadería 12	Producción artesanal de lana	-Esquila de la oveja. -Lavado de lana -Escarmenado de la lana. -Hilado de lana. -Teñido de lana. -Obtención de lanolina y usos.	17/09/2017
	13	Ganadería 13	Producción artesanal de queso	-Materiales necesarios -Homogenización y pasteurización de leche. -Cuajado -Extracción de suero. -Prensado, salado y maduración.	24/09/2017

Octubre	14	Ganadería 14	Producción Artesanal de Yogurt	-Materias primas. -Estandarización de la leche -Agregado de azúcar Pasteurización. Enfriamiento a 43°C -Adición de los cultivos -Incubación -Enfriamiento -Batido -Sonorización -Envasado	01/10/2017
	15	Ganadería 15	Producción Artesanal de Dulce de leche	-Verificar características de la leche. -Proceso de preparación. -Envasado y esterilización. -Etiquetado y almacenamiento.	08/10/2017
	16	Ganadería 16	Financiamiento Agropecuario	-Gestión para el crédito agropecuario -Asesoría crediticia a productores. -Seguimiento y Monitoreo del crédito.	15/10/2017
	17	Ganadería 17	Seguro agropecuario	-Seguro ante fenómenos climáticos. -Seguro para cultivos y ganados.	22/10/2017
	18	Ganadería 18	Sanidad Agropecuaria	-Certificación sanitaria -Control de calidad. -Normas Nacionales de calidad	29/10/2017
Total: 4 meses	Total de programas: 18				Total de semanas: 18

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## MÓDULO 3

### EMPRENDIMIENTO

Objetivo: Aplicar innovadoras alternativas de emprendimiento para la contribución a la economía familiar y comunitaria.

**Tabla N° 39: Tabla de Cronograma de emisión de programas Modulo 3**

MES	N° de Programa.	Modulo	Temas	Contenido	Fecha
Noviembre	1	Emprendimiento 1	Generalidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Qué es emprendimiento?</li> <li>-¿Qué es una idea?</li> <li>-¿Qué es una oportunidad de negocio?</li> <li>-¿Cómo evaluamos las oportunidades de negocio?</li> </ul>	05/10/2017
	2	Emprendimiento 2	Cómo evaluar y desarrollar una idea de negocio	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Perfil de la idea</li> <li>-Evaluación de recursos económicos propios y externos.</li> <li>-Oportunidades que se aprovechan en torno a la idea.</li> <li>-Necesidades satisfechas e insatisfechas.</li> </ul>	12/10/2017
	3	Emprendimiento 3	Emprendimiento rural	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Integración de recursos humanos, técnicos y económicos.</li> <li>-Valoración de servicios públicos en la región.</li> <li>-Participación comunal.</li> <li>-Gestión municipal.</li> <li>-Alianzas para un pequeño negocio.</li> </ul>	19/10/2017
	4	Emprendimiento 4	Mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none"> <li>-¿Qué es un mercado?</li> <li>-Conocimiento de la cadena productiva</li> <li>-Definición de producto y precio</li> <li>-Promoción del producto.</li> <li>- Identificación de medios de comunicación</li> </ul>	26/10/2017

				masiva.	
Diciembre	5	Emprendimiento 5	Plan de negocios	-Misión visión. -Cadena de valores. -Clientes, proveedores e insumos. -Comercio, distribución t ventas.	03/12/2017
	6	Emprendimiento 6	Éxito de negocio	-Planeación para un producto de calidad. -Organización en la pequeña empresa o empresa familiar. -Manejo de nuevas tecnologías. -Dirección, administración y control del pequeño negocio.	10/12/2017
	7	Emprendimiento 7	Contabilidad	-Activos. -Ganancias -Pasivos -Patrimonio	17/12/2017
	8	Emprendimiento 8	Estado financiero	-Estado de resultados. -Ganancias y pérdidas. Mano de obra directa. -Materia prima -Gastos de producción.	24/12/2017
Enero	9	Emprendimiento 9	Riesgos	-Peligros eventuales y previsibles. -Daños o pérdidas en el emprendimiento. -Peligros que pueden ser ventajas -Planes de contingencia.	07/01/2018
	10	Emprendimiento 10	Impacto del pequeño negocio	-Social -Ambiental -Económico -Familiar	14/01/2018
	11	Emprendimiento 11	Servicio al cliente	-Gerencia del servicio -Orientación al cliente -Orientación al servicio	21/01/2018

				-Calidad en el servicio	
	12	Emprendimiento 12	Técnicas de Venta	-AIDDA -Vender para satisfacer necesidades. -Proceso de ventas -Habilidades y proceso comercial	28/01/2018
Febrero	13	Emprendimiento 13	Emprendedores Ecuatorianos	-Entrevistas y reseñas.	04/02/2018
	14	Emprendimiento 14	Emprendedores Ambateños	-Entrevistas y reseñas.	11/02/2018
	15	Emprendimiento 15	Derecho laboral	-Salario justo -Obligaciones y deberes del trabajador -Obligaciones y deberes del Contratante.	18/02/2018
	16	Emprendimiento 16	Legalidad de pequeños emprendedores	-Sociedad anónima -Asociación de la comunidad. -Empresa de hecho -Fundación -Cooperativa	25/02/2018
Total: 4 meses	Total de programas: 16				Total de semanas: 16

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## DESGLOSE POR PROGRAMA

### MÓDULO 1

#### AGRICULTURA

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
1	Agricultura	Suelos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Geotécnico Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Composición del suelo. -Tipos de suelos. -Manejo del suelo y agua para la agricultura -Técnicas de recuperación del suelo						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
2	Agricultura	Fertilizantes	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Controlador de Plagas Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Qué es un fertilizante. -Tipos de fertilizantes.						



Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
3	Agricultura	Abonos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -¿Qué son Abonos? -Tipos de Abonos -¿Cómo hacer abono en casa?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
4	Agricultura	Cultivo de Hortalizas	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Horticultor Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Coliflor -Col -Brócoli -Remolacha -Tomate -Cebolla						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
5	Agricultura	Otras plantas	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Alfalfa -Plantas medicinales.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
6	Agricultura	Floricultura	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Floricultor Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Estaciones para floricultura -Invernaderos para floricultura. -Plantas y flores ornamentales. -Tipos de flores adecuadas para la zona						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
7	Agricultura	Invernaderos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Técnico Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Tipos de invernaderos. -Materiales y ventilación. -Mantenimiento de invernaderos. -¿Cómo hacer un invernadero casero?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
8	Agricultura	Cultivos Hidropónicos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Técnico Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Sistemas de riego de cultivos Hidropónicos. -Sistema de drenaje para cultivos Hidropónicos. -Pasos para iniciar un cultivo hidropónico casero -Ventajas y desventajas de los cultivos Hidropónicos.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
9	Agricultura	Cultivos de Frutas	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		

Contenidos:

- Beneficios de los frutales
- Donde plantar los frutales.
- Factores para la selección de frutales.
- Siembra de frutales.
- Control de plagas.
- Frutales sugeridos para la zona.

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
10	Agricultura	Producción Artesanal de Té	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Alimentos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		

Contenidos:

- Materiales
- Molido
- Elaboración de bolsas para té
- Empaque

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
11	Agricultura	Agricultura Ecológica	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Forestal Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Desarrollo y gestión de sistemas agrícolas sostenibles.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
12	Agricultura	Agricultura Urbana	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ing. Forestal y Medio Ambiental Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Granjas verticales. -Maceto huerto. -Pared de cultivo. -Techo verde.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
13	Agricultura	Huertos Familiares	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -El mejor lugar para formar un semillero. -Camas de germinación y siembra. -Producción de semillas. -Estacas.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
14	Agricultura	Conocimiento sobre agricultura ancestral	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Chacarero Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Plaguicidas naturales. -Abono orgánico con excremento animal. -Chacareros y sus técnicas. -Recuperación de semillas ancestrales.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
15	Agricultura	Buenas Prácticas de Manufactura 1	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agrónomo Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -¿Qué se debe hacer para obtener una buena siembra? -¿Cómo preparar el terreno para el cultivo? -¿Cómo se debe hacer la plantación?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
16	Agricultura	Buenas Prácticas de Manufactura 2	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agroindustrial Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$100 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -¿Cómo obtener una buena cosecha? -¿Cómo preparar el empaque para la cosecha? -¿Cómo almacenar la cosecha?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
17	Agricultura	Buenas Prácticas de Manufactura 3	Productor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Agroindustrial Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Medidas de higiene para la manufactura agrícola. -Tipos de desinfectantes para productos agrícolas. -¿Cómo ofrecer un buen producto agrícola? -¿Cómo mantener la buena calidad de los productos agrícolas?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
1	Ganadería	Tipos de Ganado por Zona	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Ganadero Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Ovino -Vacuno -Porcino -Cuyes -Pollos						



Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
2	Ganadería	Alimentos Balanceado Animal	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Tipos de balanceado para cada ganado. -Ventajas y desventajas de los balanceados animales.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
3	Ganadería	Aves	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Nutrición animal -Salud animal. -Genética						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
4	Ganadería	Cerdos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Alimentos balanceados para cerdos. -Guía de salud para cerdos y porcinos.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
5	Ganadería	Ganado Ovino y Caprino	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Marcas de identificación -Domesticación -Leche sementada -Aprovechamiento del cuero.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
6	Ganadería	Ganado Bovino	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Complementos alimenticios para bovinos. -Suplementos. -Salud animal.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
7	Ganadería	Cuyes y Conejos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Veterinario Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Nutrición animal -Guía de salud						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
8	Ganadería	Apicultura	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Apicultor Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Tipos de colmenas -Producción y conservación de la miel -Clasificación de las abejas						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
9	Ganadería	Producción de Huevos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en producción ganadera Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Gallinas ponedoras -Técnicas de producción de huevos. Comercialización. -Consideraciones sanitarias.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
10	Ganadería	Producción de Leche	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Alimentos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Sistemas de producción. - Manejo de las vacas -Recogida de leche, transporte y procesamiento - Control de calidad y seguridad.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
11	Ganadería	Producción de Carne Bovina	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en producción ganadera Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Clasificación de canales. -Sistemas de producción de carne. -Tipos de carne y cortes. -Clasificación de un canal. -Grados de calidad de un canal.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
12	Ganadería	Producción artesanal de Lana	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Artesano Textil Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Esquila de la oveja. -Lavado de lana -Escarmenado de la lana. -Hilado de lana. -Teñido de lana.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
13	Ganadería	Producción artesanal de queso	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Alimentos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Materiales necesarios -Homogenización y pasteurización de leche. -Extracción de suero. -Prensado, salado y maduración.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
14	Ganadería	Producción de Artesanal de Yogurt	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Alimentos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Materias primas. -Estandarización de la leche -Agregado de azúcar Pasteurización						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
15	Ganadería	Producción de Artesanal de Dulce de Leche	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Alimentos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Proceso de preparación. -Envasado y esterilización. -Etiquetado y almacenamiento						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
16	Ganadería	Financiamiento Agropecuario	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Representante del Ministerio de Agricultura y Ganadería. -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Verificar características de la leche. -Proceso de preparación. -Envasado y esterilización						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
17	Ganadería	Seguro Agropecuario	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Representante del Ministerio de Agricultura y Ganadería. -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: Seguro ante fenómenos climáticos. -Seguro para cultivos y ganados.						



Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
18	Ganadería	Sanidad Agropecuaria	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Biotecnología Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Certificación sanitaria -Control de calidad. -Normas Nacionales de calidad						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
1	Emprendimiento	Generalidades	-Productor Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing Representante del GADP -Administrador de Empresas -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -¿Qué es emprendimiento? -¿Qué es una idea? -¿Qué es una oportunidad de negocio? -¿Cómo evaluamos las oportunidades de negocio?						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
2	Emprendimiento	¿Cómo evaluar y desarrollar una idea de negocio?	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing Representante del GADP -Administrador de Empresas -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Perfil de la idea -Evaluación de recursos económicos propios y externos. -Oportunidades que se aprovechan en torno a la idea. -Necesidades satisfechas e insatisfechas.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
3	Emprendimiento	Emprendimiento Rural	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Administrador de Empresas -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Integración de recursos humanos, técnicos y económicos. -Valoración de servicios públicos en la región. -Participación comunal. -Gestión municipal.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
4	Emprendimiento	Mercadotecnia	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Ingeniero en Marketing -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -¿Qué es un mercado? -Conocimiento de la cadena productiva -Definición de producto y precio -Promoción del producto						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
5	Emprendimiento	Plan de Negocios	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing Representante del GADP -Ingeniero en Marketing -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Misión y visión. -Cadena de valores. -Clientes, proveedores e insumos. -Comercio, distribución de ventas.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
6	Emprendimiento	Éxito de Negocio	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Administrador de Empresas -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$100 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$200		
Contenidos: -Planeación para un producto de calidad. -Organización en la pequeña empresa o empresa familiar. -Manejo de nuevas tecnologías. -Dirección, administración y control del pequeño negocio.-Participación comunal. -Gestión municipal.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
7	Emprendimiento	Contabilidad	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Contador Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Activos. -Ganancias -Pasivos -Patrimonio						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
8	Emprendimiento	Estado financiero	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Economista Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Estado de resultados. -Ganancias y pérdidas. -Mano de obra directa. -Materia prima						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
9	Emprendimiento	Riesgos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Administrador de Empresas Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Peligros eventuales y previsibles. -Daños o pérdidas en el emprendimiento. -Peligros que pueden ser ventajas -Planes de contingencia.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
10	Emprendimiento	Impacto del Pequeño Negocio	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Administrador de Empresas Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Social -Ambiental -Económico -Familiar						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
11	Emprendimiento	Servicio al Cliente	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero en Marketing Poblador	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Gerencia del servicio -Orientación al cliente -Orientación al servicio -Calidad en el servicio						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
12	Emprendimiento	Técnicas de Venta	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Ingeniero Comercial Poblador	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -AIDA (atención, interés, deseo, acción) -Vender para satisfacer necesidades. -Proceso de ventas -Habilidades y proceso comercial						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
13	Emprendimiento	Emprendedores Ecuatorianos	Productor Editor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Gerente del “Salinerito” Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Entrevistas y reseñas.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
14	Emprendimiento	Emprendedores Ambateños	Productor Locutor Reportero Técnico de Marketing Representante del GADP Representante de Sociedad de Artesanos Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Entrevistas y reseñas.						

Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
15	Emprendimiento	Derecho Laboral	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Abogado -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00- 11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Salario justo -Obligaciones y deberes del trabajador -Obligaciones y deberes del Contratante						



Programa	Módulo	Tema	Participantes	Costos	Horas	Horario
16	Emprendimiento	Legalidad de pequeños emprendedores.	-Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing -Representante del GADP -Abogado -Poblador de la parroquia	\$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$0 \$50 \$0	1	Domingo de 10:00-11:00 am
			Total	\$50		
Contenidos: -Sociedad anónima -Asociación de la comunidad. -Empresa de hecho -Fundación -Cooperativa						

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA RADIAL

**Tabla 40: Tabla de Estructura del Programa Radial**

<b>Posible Nombre del Programa:</b>	“Cunchibamba al aire”		
<b>Dial</b>	Radio Sol (96.5 Fm)		
<b>Fechas</b>	Desde Marzo del 2017 hasta Marzo del 2018		
<b>Horario</b>	Domingos 10:00 am – 11:00 am		
<b>Audiencia</b>	<b>Edad</b>	<b>Sexo</b>	<b>Intereses</b>
	12 años en adelante	Femenino y Masculino	Emprendimiento Agropecuario
<b>Profesionales que intervienen en cada programa.</b>	<b>Técnicos de Radio</b>	<b>Invitados Especializados</b>	<b>Población de Cunchibamba</b>
	Productor -Editor -Locutor -Reportero -Técnico de Marketing	-Técnicos e Ingenieros especialistas en temas agropecuarios y de emprendimiento	-Pobladores que participan con preguntas en el programa.

## CUERPO DEL PROGRAMA

**Tabla N° 41: Tabla de cuerpo de programa radial**

Sección	Detalle	Tiempo
Cortinilla de Entrada	-Sonido musical que identificará y presentará el programa.	10 segundos
Saludos del locutor	-Saludo de bienvenida a la población de la parroquia de Cunchibamba. -El mensaje será optimista y lleno de energía; presentando el tema a tratar y a quienes van a intervenir en el programa.	1 minuto
Espacio Musical	Se reproducirá un tema musical folclórico.	4 minutos y 30 segundos
Anuncio de Pausa comercial	El locutor invita a los radio escuchas a escuchar las cuñas y mantenerse atentos al reinicio del programa.	10 segundos
Pausa comercial	4 cuñas comerciales de 30 segundos cada una.	2 minutos
Cortinilla de regreso	Sonido musical de identificación que avisa al oyente el reinicio del programa.	10 segundos
Desarrollo del tema central del programa.	Interviene el Locutor, el especialista entrevistado y los pobladores de la parroquia.	10 minutos
Espacio musical	Se reproducirá un tema musical folclórico.	4 minutos y 30 segundos
Anuncio de Pausa comercial	El locutor invita a los radio escuchas a escuchar las cuñas y mantenerse atentos al reinicio del programa.	10 segundos
Pausa comercial	4 cuñas comerciales de 30 segundos cada una.	2 minutos
Cortinilla de regreso	Sonido musical de identificación que avisa al oyente el reinicio del programa.	10 segundos

Desarrollo del tema central del programa.	El Locutor continúa con el tratamiento de la temática de agricultura, ganadería y emprendimiento.	10 minutos
Espacio musical	Se reproducirá un tema musical folclórico.	4 minutos y 30 segundos
Anuncio de Pausa comercial	El locutor invita a los radio escuchas a escuchar las cuñas y mantenerse atentos al reinicio del programa.	10 segundos
Pausa comercial	4 cuñas comerciales de 30 segundos cada una.	2 minutos
Cortinilla de regreso	Sonido musical de identificación que avisa al oyente el reinicio del programa.	10 segundos
Desarrollo del tema central del programa.	El Locutor continúa con el tratamiento de la temática de agricultura, ganadería y emprendimiento.	10 minutos
Anuncio de Pausa comercial	El locutor invita a los radio escuchas a escuchar las cuñas y mantenerse atentos al reinicio del programa.	10 segundos
Pausa comercial	4 cuñas comerciales de 30 segundos cada una.	2 minutos
Cortinilla de regreso	Sonido musical de identificación que avisa al oyente el reinicio del programa.	10 segundos
Despedida	El locutor invita a la audiencia a poner en práctica los consejos dados y a escuchar el programa el siguiente domingo.	1 minuto
Espacio Musical Final	Se reproducirá un tema musical folclórico.	4 minutos
Espacio Total	Programación completa.	60 minutos

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

### Componente 3

El evento final para integrar a la comunidad de Cunchibamba y promocionar a los pequeños comerciantes, se realizará al finalizar la transmisión de todos los programas radiales. La publicidad del evento y la invitación se llevará a cabo mediante perifoneo, afiches y cuñas en Radio Sol, además las familias que deseen participar en el evento deben inscribirse en el GAD parroquial.

Se realizará contrato de un sistema de sonido y artistas que animen a los pobladores de la parroquia. Cada participante podrá promocionar su producto o servicio y así darse a conocer en el mercado.

#### 5.1.2 Especificaciones Técnicas

Según la Constitución Política del Ecuador en el artículo 16, todas las personas tienen derecho a un espacio de comunicación libre, incluyente e intercultural; en donde el acceso a las tecnologías de información sea equitativo y participativo. Además el estado fomentará la diversidad y la pluralidad en la comunicación, asignando espacios en el espectro radiofónico para la gestión pública, privada y comunitaria. (Ver Anexo 3)

Según la Ley de Comunicación en todas las formas y medios para realizar comunicación, se hará prevalecer los contenidos con fines informativos, educativos y culturales, para garantizar la promoción de una cultura de paz y democracia.

En la Sección tercera afirma que los medios de comunicación comunitarios se financiarán mediante donaciones, aportes, auspicios y patrocinios. El estado promoverá el funcionamiento de estos medios de comunicación, a través de líneas de créditos, público, asistencia técnica y capacitación. (Ver Anexo 4)

## 5.2 Viabilidad Financiera

### 5.2.1 Identificación, cuantificación y valoración de ingresos, beneficios y costos.

#### INGRESOS

**Tabla N° 42: Tabla de Ingresos**

CALCULO INGRESOS - DETERMINACIÓN DEL P.V.P.									
	FUENTE	UNIDAD DE MEDIDA	GASTO MENSUAL	MARGEN DE UTILIDAD		INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES	UNIDADES PRODUCIDAS	PRECIO DE VENTA UNITARIO
				%	\$				
1	Programa radial de una hora	Hora	\$ 530,00	50%	\$ 265,00	\$ 3.378,75	\$ 40.545,00	51	\$ 795,00
2	Espacios Comerciales en Radio	Segundos	\$ 92,00	100%	\$ 92,00	\$ 12.512,00	\$ 150.144,00	816	\$ 184,00
3	Patrocinio para la Feria de Emprendimiento	Valla publicitaria	\$ 60,00	100%	\$ 60,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00	30	\$ 120,00
4	Puestos Publicitarios para Patrocinadores	Puestos	\$ 40,00	100%	\$ 40,00	\$ 66,67	\$ 800,00	10	\$ 80,00
5	Inscripciones para participar en la Feria de Emprendimiento	Puestos	\$ 40,00	50%	\$ 20,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00	30	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 762,00</b>	<b>80%</b>	<b>\$ 477,00</b>	<b>\$ 16.407,42</b>	<b>\$ 196.889,00</b>	<b>937</b>	<b>\$ 1.239,00</b>
									<b>PV</b>
									<b>P 3.860,57</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Ingresos: Recursos obtenidos por concepto de prestación de servicios, en este caso incluyen los espacios comerciales y publicitarios en el programa radial, también de las inscripciones para la Feria de Emprendimiento; obteniendo un ingreso estimado de \$16.407,42 mensuales y \$ 196.889,00 anuales.

**Tabla N° 43: Tabla de Inversión inicial**

<b>Cant</b>	<b>Und</b>	<b>Descripción</b>	<b>V. Uni</b>	<b>V. Total</b>
<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>\$ 6.469,00</b>
1	Und	Sistema P. Gerente	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Und	Sillón gerencial	\$ 115,00	\$ 115,00
5	Und	Sillas especie	\$ 80,00	\$ 400,00
1	Und	Módulo carpetero	\$ 120,00	\$ 120,00
4	Und	Escritorios	\$ 295,00	\$ 1.180,00
1	Und	Silla secretaria	\$ 130,00	\$ 130,00
1	Und	Archivador	\$ 140,00	\$ 140,00
1	Und	Mueble de espera	\$ 280,00	\$ 280,00
2	Und	Teléfono	\$ 110,00	\$ 220,00
1	Und	Pizarra Tiza Liquida	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Und	Equipo de sala de reuniones Mesa más 6 sillas	\$ 750,00	\$ 750,00
1	und	Copiadora	\$1.950,00	\$ 1.950,00
1	und	Extintor de incendio	\$79,00	\$ 79,00
2	und	Basureros baños	\$16,00	\$ 32,00
5	und	Basureros Internos	\$21,00	\$ 105,00

1	und	Basureros externos (plástico, papel cartón, ordinarios)	\$20,00	\$ 20,00
1	und	Anaquel Vidrio Para archivo de documentación	\$ 378,00	\$ 378,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				<b>\$ 4.400,00</b>
2	Und	Computadora	\$ 700,00	\$ 1.400,00
2	Und	Impresora Multifuncional	\$ 450,00	\$ 900,00
1	Und	Proyector	\$ 850,00	\$ 850,00
1	Und	Laptop	\$1.250,00	\$ 1.250,00
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>				
<b>COSTOS DE CONSTITUCIÓN</b>				<b>\$566,50</b>
1	Und	Patente municipal	\$15,00	\$15,00
1	Und	Patente y registro de marca	\$532,00	\$532,00
1	Und	Permiso de bomberos	\$5,00	\$5,00
1	Und	Permiso de salud	\$2,00	\$2,00
25	Und	Copias tramite RUC	\$0,50	\$12,50
<b>INVERSION TOTAL</b>				<b>\$ 11.435,50</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

La inversión inicial está definida por el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuáles comprenden: activos fijos y capital de trabajo. Se ha estimado que la inversión inicial sea de \$11.435,50 en activos fijos tangibles; así como la adquisición de mobiliario y equipos de oficina, además de los costos de constitución.



## CAPITAL TOTAL

**Tabla N° 44: Tabla de Capital Total**

N° CUENTAS	DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)
1	Efectivo	\$ 13.001,37
3	Muebles de Oficina	\$ 6.469,00
4	Equipo de computación	\$ 4.400,00
5	Costos de constitución	\$ 566,50
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 24.436,87</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

El Capital Total de inversión en activos fijos, activos intangibles y activos diferidos es de 24.436,87.

## FORMA DE FINANCIAMIENTO

**Tabla N° 45: Tabla de Forma de Financiamiento**

FORMA DE FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	ESPECIE	EFFECTIVO	TOTAL (%)
<b>Especie</b>	9.696,99		42%
Efectivo	13.567,87		56%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 24.436,87</b>		<b>98%</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

La forma de financiamiento se obtendrá del presupuesto del GADP de Cunchibamba destinado por el estado para proyectos de tipo inclusivo y para el desarrollo económico de la parroquia. Otra forma de financiamiento será de los recursos obtenidos por los espacios publicitarios y comerciales vendidos en radio, además de las inscripciones para la Feria de Emprendimiento Agropecuario.

## COSTOS

**Tabla N° 46: Tabla de Gastos Operativos**

DETALLE DE GASTOS				
GASTOS OPERATIVOS				
ITEM	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA</b>	\$ 190,00	51	\$ 807,50	\$ 9.690,00
Productor				
Editor				
Locutor				
Técnico de Sonido				
Operador de Control				
Reportero				
ESPACIO AL AIRE	\$ 280,00	51	\$ 1.190,00	\$ 14.280,00
ESPECIALISTAS INVITADOS	\$ 50,00	51	\$ 212,50	\$ 2.550,00
Derechos de Espacios Publicitarios	\$ 92,00	816	\$ 6.256,00	\$ 75.072,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 612,00</b>		<b>\$ 8.466,00</b>	<b>\$ 101.592,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Los Gastos Operativos, hace referencia al dinero desembolsado para el desarrollo de actividades, aquí se contempla al personal responsable de las distintas funciones técnicas y ejecutivas; así como del personal externo para entrevistas. En el caso del programa radial incluyen los espacios al aire libre y derechos de espacios publicitarios.

**Tabla N° 47: Tabla de Gastos Administrativos**

DETALLE DE GASTOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>				<b>\$ 2.703,68</b>	<b>\$ 32.444,16</b>
Director de proyecto	1	\$ 2.089,03	12	\$ 2.089,03	\$ 25.068,39
Secretaria	1	\$ 614,65	12	\$ 614,65	\$ 7.375,78
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>				<b>\$ 90,40</b>	<b>\$ 393,25</b>

Papel Bond	3	\$ 3,50	12	\$ 10,50	\$ 126,00
Grapadora	1	\$ 2,35	1	\$ 2,35	\$ 2,35
Perforadora	1	\$ 3,20	1	\$ 3,20	\$ 3,20
Esferos	6	\$ 0,35	5	\$ 2,10	\$ 10,50
Grapas	1	\$ 0,85	12	\$ 0,85	\$ 10,20
Tintas de Impresora	1	\$ 58,00	3	\$ 58,00	\$ 174,00
Tiza Liquida	1	\$ 13,40	5	\$ 13,40	\$ 67,00
<b>SERVICIOS BASICOS</b>				<b>\$ 75,00</b>	<b>\$ 900,00</b>
Agua Potable	1	\$ 5,00	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Teléfono	1	\$ 38,00	12	\$ 38,00	\$ 456,00
Internet	1	\$ 22,00	12	\$ 22,00	\$ 264,00
Energía Eléctrica	1	\$ 10,00	12	\$ 10,00	\$ 120,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.869,08</b>	<b>\$ 33.737,41</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Los gastos administrativos tienen que ver directamente con la administración general del proyecto, comprende los sueldos del personal administrativo como el director del proyecto y secretaria, incluye también los gastos en suministros de oficina y servicios Básicos. El total en costos Administrativos es de \$33.737,41.

**Tabla N° 48: Tabla de Gastos de Ventas**

**GASTOS VENTAS**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA DE COMPRA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>PUBLICIDAD, PROPAGANDA Y EVENTO</b>					
Vendedor	1	\$ 614,65	12	\$ 614,65	<b>7.375,78</b>
Perifoneo	7	\$ 50,00	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Cuña radial de lanzamiento del programa	7	\$ 110,00	2	\$ 770,00	\$ 1.540,00
Puestos de exposición en la Feria de Emprendimiento	40	\$ 10,00	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Vallas Publicitarias	30	\$ 60,00	2	\$ 1.800,00	\$ 3.600,00

Afiches	90	\$ 0,40	2	\$ 36,00	\$ 72,00
Sistema de sonido para eventos	7	\$ 150,00	2	\$ 1.050,00	\$ 2.100,00
Trípticos	100	\$ 0,30	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Gigantografías	2	\$ 60,00	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Alquiler de sillas	100	\$ 0,50	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Refrigerio	150	\$ 0,80	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Servicio de Sondeo	1	\$ 400,00	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
Artistas Invitados	2	\$ 100,00	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Alquiler de carpas	40	\$ 30,00	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 7.140,65</b>	<b>\$ 19.257,78</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Los gastos de ventas son los que incluyen las actividades dedicadas a llevar el producto o servicio hasta el consumidor, en éste caso comprenden publicidad, propagandas, eventos, comisiones de ventas. El total en gastos de ventas es de \$7.140,65 mensuales y \$19.257,78 anuales.

## ROL DE PAGOS

**Tabla N° 49: Tabla de Rol de Pagos**

ROL DE PAGOS											
ORD	CARGO	CODIGO	INGRESOS			DESCUENTOS			VALOR A PAGAR		
			SBU	OTROS	TOTAL	VARIOS	9,35%	TOTAL			
PERSONAL ADMINISTRATIVO											
1	Director del Proyecto		\$1.583,00	\$0,00	\$1.583,00	\$0,00	\$148,01	\$148,01	\$1.434,99		
2	Secretaria		\$465,76	\$0,00	\$465,76	\$0,00	\$43,55	\$43,55	\$422,21		
PERSONAL DE VENTAS											
1	Vendedor		\$465,76	\$0,00	\$465,76	\$0,00	\$43,55	\$43,55	\$422,21		
			\$2.514,52	\$0,00	\$2.514,52	\$0,00	\$235,11	\$235,11	\$2.279,41		
PATRONAL				SECAP	IECE	XIII	XIV	FONDO	VACAC.	TOTAL	COSTO
11,15%				0,50%	0,50%			RESERVA			GA
				\$176,50	\$7,92	\$7,92	\$131,92	\$131,92	\$65,96	\$654,04	\$2.089,03
				\$51,93	\$2,33	\$2,33	\$38,81	\$38,81	\$19,41	\$192,44	\$614,65
				\$51,93	\$2,33	\$2,33	\$38,81	\$38,81	\$19,41	\$192,44	\$614,65
				\$280,37	\$12,57	\$12,57	\$209,54	\$209,54	\$104,77	\$1.038,92	\$3.318,33

**COSTO MENSUAL MANO DE OBRA (GASTOS ADMINISTRATIVOS) =**

**\$3.318,33**

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Capital de Trabajo: Conjunto de recursos necesario, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto, destinados para financiar los desfases que se producen entre los egresos de adquisición de insumos y los ingresos generados por la prestación de servicios.

## DEPRECIACIONES

**Tabla N° 50: Tabla de Depreciaciones**

	DEPRECIACIONES					
	DESCRIPCIÓN	VIDA UTIL	VALOR	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	TOTAL
	<b>MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA</b>					<b>\$ 203,90</b>
1	Sistema P. Gerente	10	\$ 450,00	10%	\$ 45,00	\$ 45,00
1	Sillón gerencial	10	\$ 115,00	10%	\$ 11,50	\$ 11,50
5	Sillas especie	10	\$ 35,00	10%	\$ 3,50	\$ 17,50
1	Módulo carpetero	10	\$ 120,00	10%	\$ 12,00	\$ 12,00
2	Escritorios	10	\$ 105,00	10%	\$ 10,50	\$ 21,00
1	Silla secretaria	10	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Archivador	10	\$ 140,00	10%	\$ 14,00	\$ 14,00
1	Mueble de espera	10	\$ 125,00	10%	\$ 12,50	\$ 12,50
1	Extintor de incendio	10	\$ 50,00	10%	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Pizarra Tiza Liquida	10	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Mesa de reuniones	10	\$25,00	10%	\$ 2,50	\$ 2,50

1	Botiquín	10	\$40,00	10%	\$ 4,00	\$ 4,00
2	Basureros baños	10	\$2,00	10%	\$ 0,20	\$ 0,40
5	Basureros Internos	10	\$3,00	10%	\$ 0,30	\$ 1,50
1	Basureros externos (plástico, papel cartón, ordinarios)		\$20,00	10%	\$ 2,00	\$ 2,00
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN</b>					<b>\$379,50</b>	<b>\$ 1.112,10</b>
2	Computadora	3	\$ 700,00	33%	\$231,00	\$ 462,00
2	Impresora Multifuncional	3	\$ 450,00	33%	\$148,50	\$ 297,00
2	Teléfono	3	\$ 110,00	33%	\$36,30	\$ 72,60
1	Proyector	3	\$ 850,00	33%	\$280,50	\$ 280,50
	<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>					<b>\$ 1.316,00</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

**Tabla N° 51 Proyección de Depreciación y Amortización**

<b>PROYECCIÓN DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 203,90	\$ 203,90	\$ 203,90	\$ 203,90	\$ 203,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN	\$ 1.112,10	\$ 1.112,10	\$ 1.112,10		
COSTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 113,30	\$ 113,30	\$ 113,30	\$ 113,30	\$ 113,30
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 1.429,30</b>	<b>\$ 1.429,30</b>	<b>\$ 1.429,30</b>	<b>\$ 317,20</b>	<b>\$ 317,20</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

La depreciación representa la pérdida de valor, en el transcurso del tiempo, de los activos físicos producto del desgaste, agotamiento u obsolescencia. Si los activos físicos tangibles se deprecian, los activos intangibles se amortizan. El total de depreciación de muebles, equipos de oficina y equipos de computación es de \$ 1.316,00.



## COSTO TOTAL

**Tabla N° 52 Costo Total**

COSTO TOTAL		
COSTO	MENSUAL	ANUAL
COSTO OPERATIVO	\$8.466,00	\$101.592,00
DEP Y AMORT.	\$119,11	\$1.429,30
COSTO ADMINISTRATIVO	\$2.811,45	\$33.737,41
COSTO DE VENTAS	\$1.604,81	\$19.257,78
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$13.001,37</b>	<b>\$156.016,49</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Para los costos totales se ha contemplado los costos operativos, depreciación y amortización, costos administrativos y costos de ventas obteniendo un total de \$13.001,37 mensuales y \$156.016,49 anuales.

### 5.2.2 Flujos Financieros y Económicos.

#### FLUJO DE CAJA

Tabla N° 53 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	PERIODOS					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) Ingresos Operacionales		\$196.889,00	\$200.905,54	\$205.004,01	\$209.186,09	\$213.453,49
En efectivo	\$13.567,87	-	-	-	-	-
En especies	\$9.696,99	-	-	-	-	-
<b>TOTAL DE INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$24.436,87</b>	<b>\$196.889,00</b>	<b>\$200.905,54</b>	<b>\$205.004,01</b>	<b>\$209.186,09</b>	<b>\$213.453,49</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>	-	-	-	-	-	-
(-)Gastos de inversión	-	\$24.436,87	\$24.935,39	\$25.444,07	\$25.963,13	\$26.492,77
(-)Gastos Administrativos	-	\$33.737,41	\$34.425,66	\$35.127,94	\$35.844,55	\$36.575,78
(-)Gastos de Ventas	-	\$19.257,78	\$19.650,63	\$20.051,51	\$20.460,56	\$20.877,95
(-) Costos	-	\$101.592,00	\$103.664,48	\$105.779,23	\$107.937,13	\$110.139,05
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>\$179.024,06</b>	<b>\$182.676,15</b>	<b>\$186.402,75</b>	<b>\$190.205,36</b>	<b>\$194.085,55</b>
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>	\$24.436,87	\$17.864,94	\$18.229,38	\$18.601,26	\$18.980,73	\$19.367,93
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	-	-	-	-	-	-
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	-	-	-	-	-	-
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-
(-) Pago Capital Prestamo	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						

FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE PARTICIPACION TRABAJADORES		\$17.864,94	\$18.229,38	\$18.601,26	\$18.980,73	\$19.367,93
(-) Pago utilidades trabajadores 15 %		\$0,00	\$2.679,74	\$2.734,41	\$2.790,19	\$2.847,11
FLUJO NO OPERACIONAL ANTES DE IMPUESTOS		\$17.864,94	\$15.549,64	\$15.866,85	\$16.190,54	\$16.520,82
(-) Pago Impuesto a la renta			\$412,24	\$238,96	\$315,86	\$210,62
<b>FLUJO NETO GENERADO</b>	<b>\$24.436,87</b>	<b>\$17.864,94</b>	<b>\$15.137,40</b>	<b>\$15.627,90</b>	<b>\$15.874,67</b>	<b>\$16.310,20</b>
SALDO INICIAL DE CAJA		\$24.436,87	\$42.301,81	\$57.439,21	\$73.067,11	\$88.941,78
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>\$24.436,87</b>	<b>\$42.301,81</b>	<b>\$57.439,21</b>	<b>\$73.067,11</b>	<b>\$88.941,78</b>	<b>\$105.251,98</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

El flujo de caja permitirá observar los ingresos y egresos netos que tendrá el proyecto durante sus años de funcionamiento, para determinar la rentabilidad desde el punto de vista financiero.

IMPUESTO A LA RENTA 2015 (TABLA OFICIAL SRI)			
Fracción básica	exceso hasta	impuesto a la fracción básica	% impuesto a la fracción excedente
0,00	11.170,00	0,00	
11.170,00	14.240,00	0,00	5%
14.240,00	17.800,00	153,00	10%
17.800,00	21.370,00	509,00	12%
21.370,00	42.740,00	938,00	15%
42.740,00	64.090,00	4.143,00	20%
64.090,00	85.470,00	8.413,00	25%
85.470,00	113.940,00	13.758,00	30%
113.940,00	En adelante	22.299,00	35%

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

AÑO 2	
\$17.864,94	Utilidad
\$21.370,00	Fracción básica
-\$3.505,06	Resta
-\$525,76	15,00%
\$938,00	Impto fracción básica
<b>\$412,24</b>	Impto a la renta

AÑO 3	
\$15.549,64	Utilidad
\$17.800,00	Fracción básica
-\$2.250,36	Resta
-\$270,04	12,00%
\$509,00	Impto fracción básica
<b>\$238,96</b>	Impto a la renta

## EVALUACIÓN FINANCIERA

**Tabla N° 54 Evaluación Financiera**

<b>FLUJO NETO GENERADO</b>	<b>-\$24.436,87</b>	<b>\$17.864,94</b>	<b>\$15.137,40</b>	<b>\$15.627,90</b>	<b>\$15.874,67</b>	<b>\$16.310,20</b>
SALDO INICIAL DE CAJA		-\$24.436,87	-\$6.571,94	\$8.565,46	\$24.193,36	\$40.068,03
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-\$24.436,87</b>	<b>-\$6.571,94</b>	<b>\$8.565,46</b>	<b>\$24.193,36</b>	<b>\$40.068,03</b>	<b>\$56.378,24</b>

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

<b>1</b>	<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>\$44.233,69</b>	<b>Tasa Pasiva Banco Central</b>	<b>5,75%</b>	<b>INTERPRETACIÓN:</b> La inversión dentro de los cinco primeros años de ejecución del proyecto será igual a tener una rentabilidad en la actualidad de 44.233,69 Dólares Americanos, lo que representa una factibilidad positiva desde el punto de vista financiero, ya que su valor es positivo.
<b>2</b>	<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>61%</b>	<b>PRUEBA VAN APLICANDO TIR</b>	<b>\$0,00</b>	<b>INTERPRETACIÓN:</b> La máxima tasa de descuento que puede soportar el proyecto antes de que entre en pérdida es de 61% lo que permite evidenciar solidez financiera para este emprendimiento, además nos permite comparar, frente a la tasa pasiva oficial del Banco Central del Ecuador que se ubica en el 5,75% haciéndole atractivo a esta inversión.

<b>3</b>	<b>Período de Recuperación de Capital (PRI)</b>	<b>1,51</b>	<b>1 Años</b>	<b>6 Meses</b>	<b>INTERPRETACIÓN:</b> La inversión de este proyecto le permitirá recuperar en un tiempo de 1 año y 6 meses la inversión total.
<b>4</b>	<b>Relación Beneficio Costo</b>	<b>Beneficio \$68.670,56</b>	<b>Por cada dólar invertido en el proyecto se recupera:</b>	<b>\$2,81</b>	<b>INTERPRETACIÓN:</b> Por cada Dólar invertido en el proyecto se tiene una estimación de retorno de la inversión de 2,81 Dólares lo que permite tener una tendencia a triplicar la inversión durante el horizonte del proyecto de 5 años.
	<b>R(B/C)</b>	<b>Costo \$24.436,87</b>			

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## PUNTO DE EQUILIBRIO

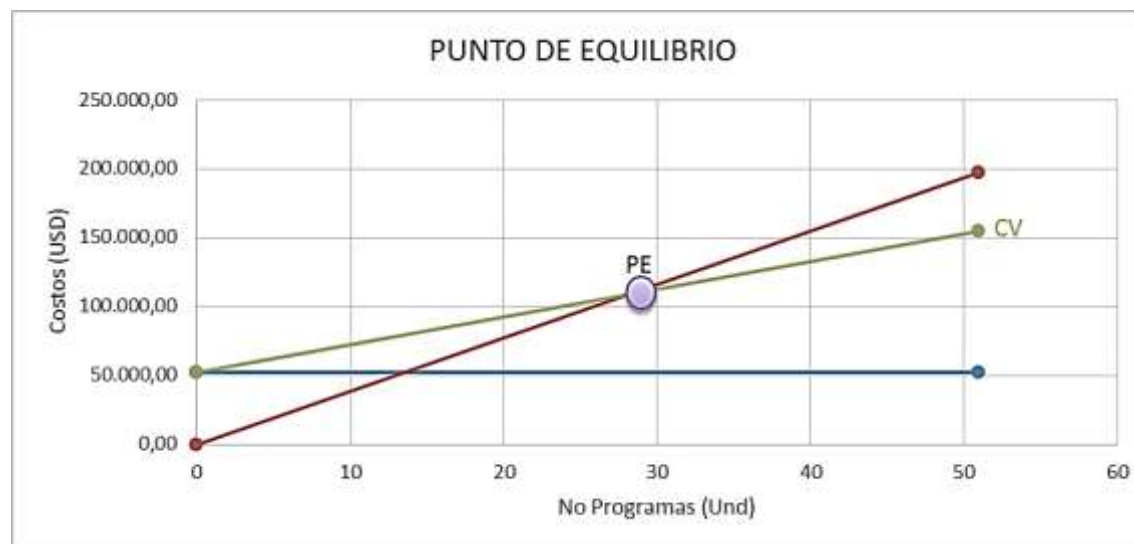
**Tabla N° 55 Punto de Equilibrio**

PUNTO DE EQUILIBRIO			
DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
1. Costos Operativos		101.592,00	101.592,00
2. Gastos de Administración	32.837,41	900,00	33.737,41
3. Gastos de Ventas	19.257,78		19.257,78
4. Gastos Financieros			
<b>SUMA</b>	<b>52.095,19</b>	<b>102.492,00</b>	<b>154.587,19</b>
5. Ingresos Totales	196.889,00		196.889,00
6. Números Unidades	51,00		51,00
7. Precio Unitario de Venta	3.860,57		3.059,15

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

El punto de equilibrio es el punto de actividad en dónde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.



**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

El punto de equilibrio nos permite determinar la frontera entre los niveles de producción que generan pérdida que son los puntos a la izquierda del equilibrio, y los que generan ganancias que son los puntos a la derecha del equilibrio. En el gráfico observamos que a los 30 programas se obtendrá un punto de equilibrio, en donde se cubren los costos y se generan ganancias.



## 6. Presupuesto detallado y fuentes de financiamiento

Tabla N° 56 Presupuesto

Inversiones	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Componente 1 ACTIVIDAD 1 EVENTO <b>-Perifoneo de invitación al evento.</b>	5 horas	\$50	\$250
<b>Cuña radial de invitación</b>	1 por 5 días	\$110	\$550
<b>Afiches</b>	30	\$3	\$90
<b>-Contrato de sistema de sonido.</b>	2 horas	\$150	\$300
<b>-Alquiler de infocus.</b>	2 horas	\$40	\$80
<b>-Compra de laptop</b>	1	\$800	\$800
<b>-Trípticos de temas a tratarse en el programa radial.</b>	100	\$0.30	\$30
<b>- Gigantografías</b>	2	\$60	\$120
<b>-Alquiler de sillas.</b>	100	\$0.50	\$50
<b>-Refrigerio</b>	150	\$0.80	\$120
ACTIVIDAD 2 PUBLICIDAD DEL PROGRA RADIAL <b>-Cuña radial en Radio Sol de lanzamiento del programa.</b>	1 por 5 días	\$110	\$550
<b>-Perifoneo de lanzamiento del programa radial.</b>	5 horas	\$50	\$250
<b>-Afiches de invitación de lanzamiento del programa radial.</b>	30	\$3	\$90
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.280</b>
Componente 2 <b>-Contrato con la</b>	51 programas	\$530	\$27.030

<b>emisora Radio Sol Y transmisión del programa radial</b>			
<b>-Firma notariada del contrato con Radio Sol</b>	1	\$60	\$60
<b>-Grabaciones y Entrevistas a Ingenieros y Técnicos especialistas.</b>	51	\$50	\$2.550
<b>-Realizar encuestas. (contrato de servicio de sondeo y estadísticas trimestral)</b>	4 al año	\$400	\$1.600
<b>Cuña radial de patrocinadores</b>	510	\$14400,00	\$14400,00
<b>TOTAL</b>			\$31.240
<b>Componente 3 -Perifoneo de evento final.</b>	1 por 5 días	\$180	\$900
<b>Afiches de invitación al evento final.</b>	30	\$3	\$90
<b>-Contrato de artistas.</b>	2	\$100	\$200
<b>-Alquiler de carpas.</b>	40	\$30	\$1200
<b>-Contrato de sistema de sonido y animación.</b>	5 horas	\$150	\$750
<b>Puestos de exposición en la Feria de Emprendimiento</b>	40	\$40	\$1.600
<b>Vallas Publicitarias</b>	30	\$60	\$14400,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.140</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$37.660</b>

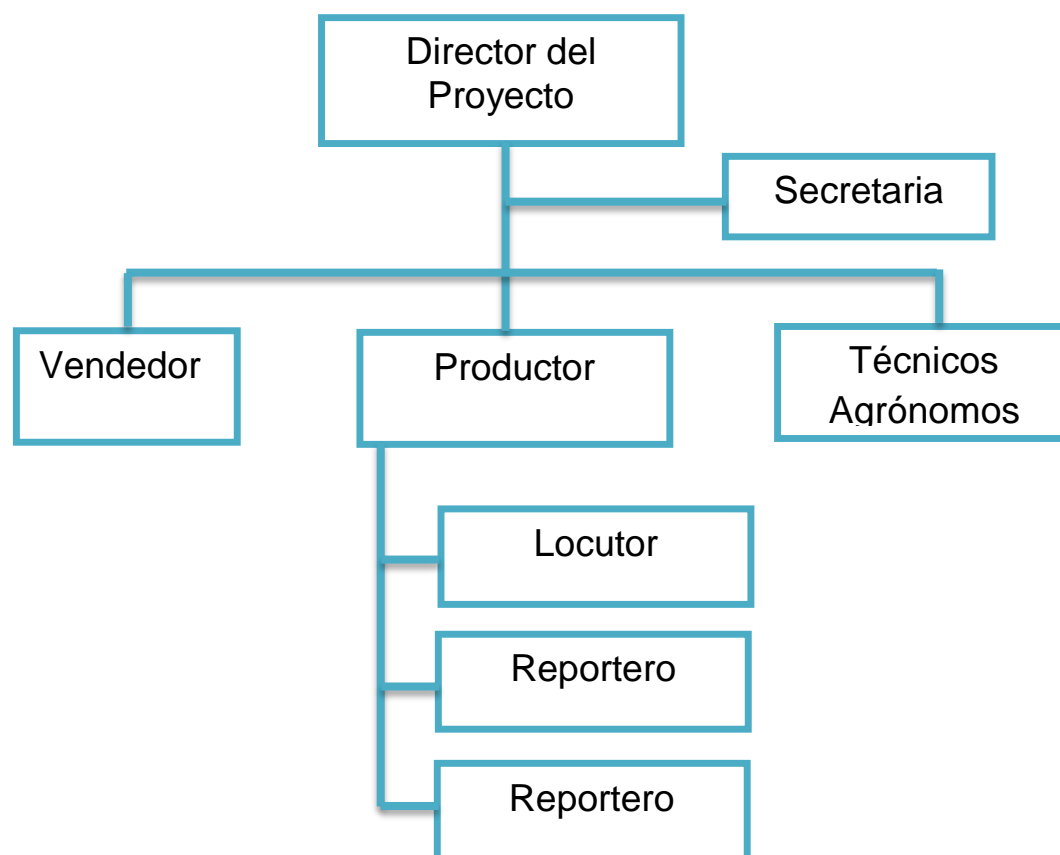
**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

Las fuentes de financiamiento serán mixtas, es pública en caso de que el GADP de Cunchibamba adquiriera el proyecto y es privada mediante los ingresos que se obtengan por parte de auspiciantes.

## 7. Estrategia de Ejecución

### 7.1 Estructura Operativa



**Fuente:** Investigación  
**Elaborado por:** Adriana Romero

## 7.2 Cronograma

Componentes	Actividades	Enero 2017				2017-2018														
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abril
Primero	Divulgación y Promoción																			
	Evento																			
Segundo	Contrato con la emisora y pre producción del programa radial.																			
	Transmisión del programa radial																			
Tercero	Evento final de Integración Comunitaria																			

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## 8. Seguimiento y Evaluación

### 8.1 Monitoreo de la Ejecución

Tabla N° 57 Monitoreo de la Ejecución

Componente	Indicadores	Medios de Verificación	Datos de Línea Base	Indicadores Intermedios	Responsable de la recopilación de la Información	Utilización de la Información	Método de Recopilación de Información	Frecuencia de la recopilación de la información
<b>Componente 1</b> Evento de Promoción y divulgación del proyecto en la comunidad de Cunchibamba.	Número de asistentes al evento, interesados en la programación radial en.	30 % de la población asiste al evento en enero del 2017	1109 familias en la parroquia de Cunchibamba	60% de las familias que asistieron al evento siguen el programa radial en Septiembre del 2017	Director del Proyecto.	Informe al Financiado.	Ficha de asistencia	-Enero del 2017. -Septiembre del 2017. -Marzo del 2018, informe final.
<b>Componente 2</b> Diseño e implementación de la programación radial	Incremento de personas que se interesan y sintonizan el programa (rating).	50% de incremento de rating en Mayo del 2018	56% de radio escuchas de Radio Sol en la población.	30% de incremento de rating en Septiembre del 2017	Director del Proyecto.	-Publicación de Resultados. -Socialización con la Comunidad. -Disposiciones a responsables.	Sondeo de audiencia	-Septiembre del 2017. -Mayo del 2018.
<b>Componente 3</b> Evento general de integración	Acrecentamiento de los micro productores de	40% de acrecentamiento de micro	-2210 Personas Económicas	Fotos después de 6 meses de cambios en el	Director del Proyecto.	Socialización con la Comunidad.	Fotos después de un año de inicio del	-Marzo del 2017. -Septiembre

(Feria de Emprendimiento o agropecuario)	la parroquia.	productores en Abril del 2018	nte Activas en la parroquia de Cunchibamba. -Fotos al iniciar el proyecto del territorio Cultivado	territorio cultivado.			proyecto de cambios en el territorio cultivado.	del 2017. -Marzo del 2018.
--	---------------	-------------------------------	---	-----------------------	--	--	---	-------------------------------

**Fuente:** Investigación

**Elaborado por:** Adriana Romero

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcoceba Hernando , J. A. (30 de Mayo de 2012). *Concepto de la Comunicación* .  
Recuperado el 12 de 03 de 2015, de  
<http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Faula409.wikispaces.com%2Ffile%2Fview%2Fsemana%2B0&ei=PAQCVYzrOcGfggSB34KwDw&usg=AFQjCNFdKNBCuA-UqKw-bTTBUTfyDc5jTg&bvm=bv.88198703,d.eXY>
- Alet , J. (2011). *Marketing Directo e Interactivo*. Madrid: Esic .
- Andagana , J. M. (31 de 07 de 2004). *dspace.ups.edu.ec*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de dspace.ups.edu.ec:  
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2430/1/TESIS.pdf>
- Artigas , L. (22 de Abril de 2015). *La Publicidad* . Obtenido de [www.ecobachillerato.com](http://www.ecobachillerato.com):  
<http://www.ecobachillerato.com/trabajosecono/lapublicidad.pdf>
- Asamblea Nacional . (24 de Junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación* . Obtenido de [www.asambleanacional.gob.ec](http://www.asambleanacional.gob.ec):  
[http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley\\_organica\\_comunicacion.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf)
- Ayala Laverde, F. G. (31 de 07 de 2011). *dspace.utpl.edu.ec*. Recuperado el 15 de 03 de 2015, de dspace.utpl.edu.ec:  
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5422/1/TesisFreddyAyala.pdf>
- Bernal , S. (2009). *Manual de capacitación en Radio*. Santa Cruz : Formasol .
- Bird , D. (1991). *Marketing Directo con sentido comun*. Madrid: Díaz de Santos .
- Carrera , D. (29 de 07 de 2012). *www.landcruiser.com.ve*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de [www.landcruiser.com.ve](http://www.landcruiser.com.ve):  
<http://www.landcruiser.com.ve/foro/index.php?/topic/229-historia-de-la-radioaficion-una-mirada-retrospectiva/>
- Carrión , H. (12 de 02 de 2007). *www.imaginar.org*. Recuperado el 15 de 03 de 2015, de [www.imaginar.org](http://www.imaginar.org): [http://www.imaginar.org/docs/Radios\\_Comunitarias.pdf](http://www.imaginar.org/docs/Radios_Comunitarias.pdf)
- Carvajal , N. (2011). *El Medio Radiofónico en la Comunicación Social*. Quito: Graficom.
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Registro Oficial 449*. Obtenido de [www.pichincha.gob.ec](http://www.pichincha.gob.ec):  
[http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal\\_a/normasderegulacion/constitucion\\_republica\\_ecuador\\_2008.pdf](http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/constitucion_republica_ecuador_2008.pdf)

- Cuesta, M., & Herrero, F. (09 de Marzo de 2015). *Introducción al muestreo*. Obtenido de meycl: <http://mey.cl/apuntes/muestrasunab.pdf>
- Definicion.de. (2008). *Copyright © 2008-2015 - Definicion.de*. Recuperado el 12 de 03 de 2015, de WordPress: <http://definicion.de/sociedad/>
- eumed.net Enciclopedia Virtual. (01 de Enero de 2011). *Sistemas Contables, Fiscales en las Sociedades de Producción Rural, Sociedades Unipersonales, Fuentes de Financiamiento y PYMES*. Recuperado el 12 de 03 de 2015, de eumed.net: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1191/concepto\\_de\\_sociedad.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1191/concepto_de_sociedad.html)
- Gázquez-Abad, J. C., & Hélène de Cannière, M. (2010). *Marketing directo: delimitación conceptual e influencia en el comportamiento de compra del consumidor*. Universia BusinessReview.
- Gómez Labrada, A. R., & Suárez Rodríguez, C. (02 de 2008). <http://pepsic.bvsalud.org>. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de <http://pepsic.bvsalud.org>: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/remo/v5n13/v5n13a07.pdf>
- González, A., & Prieto, D. (2009). *Manual de Publicidad*. Madrid: Esic.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGrawHill.
- Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Ambato: Gráficas Corona.
- Ibañez Martí, C. (17 de 11 de 2008). *Participación comunitaria y diagnóstico de necesidades*. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de [www.madrimasd.org](http://www.madrimasd.org): [http://www.madrimasd.org/blogs/salud\\_publica/2008/11/17/107090](http://www.madrimasd.org/blogs/salud_publica/2008/11/17/107090)
- Idrovo Rodríguez, C. (17 de Mayo de 2015). *Medios de comunicación y su influencia en la conducta violenta en el entorno escolar, de los estudiantes de cuarto año de la Escuela Fiscal Mixta Matutina Nº 119 Dr. Teodoro Wolf de la Ciudad de Guayaquil*. Obtenido de repositorio.ug.edu.ec: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8203/1/TESIS%20MEDIOS%20DE%20COMUNICACI%C3%93N-%20CRISTY%20IDROVO%20R.pdf>
- Kaplún, M. (15 de Mayo de 2009). *La Radio: género, estructura y financiación*. Obtenido de tiscar.wikispaces.com: <https://tiscar.wikispaces.com/file/view/3.2radio.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson.
- Ley de Radiodifusión y Televisión. (04 de Junio de 2012). *Registro Oficial 785 de 18-abr-1975*. Obtenido de [www.oas.org](http://www.oas.org): [http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4\\_ecu\\_radio.pdf](http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_radio.pdf)



- Moreira , M. E. (11 de Diciembre de 2015). *¿Qué es la Sociedad?* Obtenido de [www.biblioteca.org.ar: http://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf](http://www.biblioteca.org.ar/libros/89004.pdf)
- Ordoñez, R. (29 de 08 de 2013). *repositorio.uasb.edu.ec*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de [repositorio.uasb.edu.ec: http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2825/1/T0993-MEC-Ordo%C3%B1ez-Nacimiento.pdf](http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2825/1/T0993-MEC-Ordo%C3%B1ez-Nacimiento.pdf)
- Puchol , L. (2012). *El Libro de la Entrevista de Trabajo* . Madrid : Díaz de Santos .
- Ramos Feijóo , C. (04 de Septiembre de 2012). *El trabajo social comunitario para promover integración y redes de apoyo social* . Obtenido de [www.fundacionpilares.org: http://www.fundacionpilares.org/docs/encuentro\\_PPT\\_Ramos.pdf](http://www.fundacionpilares.org/docs/encuentro_PPT_Ramos.pdf)
- Rodríguez , L. (2011). *Ponele Onda herramientas para producir radio con jóvenes* . Buenos Aires : La Tribu .
- Sánchez Tovar, L., & Del Pino Espejo, M. J. (Diciembre de 2008). *Scielo*. Recuperado el 11 de 03 de 2015, de [http://www.scielo.org.ve: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1011-22512008000200003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ve/http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1011-22512008000200003&script=sci_arttext)
- Terry Gregorio, J. R. (Octubre de 2012). *www.eumed.net/rev/cccss/22/*. Recuperado el 12 de 03 de 2015, de [www.eumed.net/rev/cccss/22/: http://www.eumed.net/rev/cccss/22/concepto\\_comunidad.html](http://www.eumed.net/rev/cccss/22/concepto_comunidad.html)
- UNICEF. (16 de Septiembre de 2015). *La Radio red de comunicadores infantiles Honduras, Centroamérica* . Obtenido de [www.unicef.org: http://www.unicef.org/honduras/LA\\_RADIO\\_OK.pdf](http://www.unicef.org/honduras/LA_RADIO_OK.pdf)
- Van-der, C., & Róman , H. (2011). *El libro de las habilidades de Comunicación*.
- WordPress.com. (04 de 06 de 2006). *estructuraecuador.wordpress.com*. Recuperado el 13 de 03 de 2015, de [estructuraecuador.wordpress.com: https://estructuraecuador.wordpress.com/2006/06/04/descripcion-estructurada-de-la-radio/](https://estructuraecuador.wordpress.com/2006/06/04/descripcion-estructurada-de-la-radio/)

# ANEXOS

## Anexo N° 1: Encuesta

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA, CANTÓN  
AMBATO, PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

**OBJETIVO:** Recolectar información sobre esta población para identificar las necesidades comunicacionales que se presentan en la zona.

**Instructivo:** Marque con una X la respuesta correcta.

1. **Género**  
☐ Masculino  
☐ Femenino
2. **¿En qué rango de edad se encuentra?**  
☐ 12 a 20 años  
☐ 21 a 30 años  
☐ 31 a 40 años  
☐ 41 a 50 años  
☐ Más de 51 años
3. **¿Escucha Radio?**  
☐ Si  
☐ No
4. **¿Qué estación radial es de su preferencia?**  
☐ Radio Canela  
☐ Radio Sensación  
☐ Radio Sol  
☐ Radio Bandida  
☐ Radio Alegría  
☐ Otra
5. **¿Cuál es el horario de preferencia para escuchar radio?**  
☐ Mañana  
☐ Tarde  
☐ Noche  
☐ Madrugado
6. **¿Qué tipo de programas radiales le gusta escuchar?**  
☐ Deportes  
☐ Noticias  
☐ Farándula  
☐ Música  
☐ Educativos
7. **¿Considera que por medio de la radio puede aprender temas educativos?**  
☐ Si  
☐ No  
☐ No sabe
8. **¿Cómo califica la programación radial de la provincia?**  
☐ Muy Buena  
☐ Buena  
☐ Mala
9. **¿Cómo considera que es actualmente la integración comunitaria en la localidad?**  
☐ Muy Buena  
☐ Buena  
☐ Mala
10. **¿Cree que la integración comunitaria ayuda al desarrollo educativo y social de la parroquia?**  
☐ Si  
☐ No
11. **¿Le gustaría que existan programas radiales que incentiven a la comunidad hacia el aprendizaje?**  
☐ Si  
☐ No
12. **¿Cree que la existencia de un programa radial encaminara a la integración comunitaria y disminuirá la violencia de la localidad?**  
☐ Si  
☐ No
13. **Le gustaría recibir información radial sobre:**  
☐ Agricultura  
☐ Ganadería  
☐ Agroquímica  
☐ Economía  
☐ Emprendimiento
14. **¿Le gustaría ofertar su producción artesanal en la radio?**  
☐ Si  
☐ No
15. **¿Se interesaría en programas de radio que enseñen sobre el buen uso del español y del quichua?**  
☐ Si  
☐ No
16. **¿Le gustaría unificar los precios de sus productos y comunicarse con otras comunidades rurales por medio de la radio?**  
☐ Si  
☐ No

## Anexo N° 2: Población de Cunchibamba

Población de la Parroquia Cunchibamba de: Edad años:	Hombre	Mujer	Total
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 0 años:	45	47	92
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 1 años:	39	36	75
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 2 años:	52	54	106
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 3 años:	32	41	73
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 4 años:	40	47	87
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 5 años:	51	47	98
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 6 años:	31	40	71
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 7 años:	48	44	92
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 8 años:	42	56	98
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 9 años:	41	49	90
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 10 años:	54	39	93
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 11 años:	46	52	98
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 12 años:	30	46	76
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 13 años:	52	47	99
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 14 años:	44	43	87
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 15 años:	50	47	97
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 16 años:	44	48	92
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 17 años:	40	47	87
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 18 años:	54	57	111
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 19 años:	35	34	69
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 20 años:	29	44	73
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 21 años:	32	39	71
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 22 años:	38	47	85
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 23 años:	46	35	81
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 24 años:	25	41	66
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 25 años:	48	41	89
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 26 años:	45	50	95
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 27 años:	43	40	83
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 28 años:	35	34	69
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 29 años:	35	55	90
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 30 años:	42	38	80
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 31 años:	45	29	74
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 32 años:	25	29	54
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 33 años:	32	43	75

Población de la Parroquia Cunchibamba de: 34 años:	26	34	60
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 35 años:	43	46	89
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 36 años:	34	25	59
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 37 años:	24	39	63
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 38 años:	22	35	57
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 39 años:	24	27	51
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 40 años:	23	39	62
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 41 años:	28	22	50
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 42 años:	20	32	52
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 43 años:	20	23	43
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 44 años:	19	23	42
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 45 años:	21	24	45
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 46 años:	18	17	35
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 47 años:	18	25	43
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 48 años:	19	26	45
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 49 años:	20	10	30
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 50 años:	18	16	34
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 51 años:	17	18	35
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 52 años:	12	21	33
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 53 años:	10	22	32
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 54 años:	10	10	20
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 55 años:	14	23	37
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 56 años:	14	19	33
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 57 años:	14	13	27
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 58 años:	12	7	19
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 59 años:	16	15	31
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 60 años:	6	13	19
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 61 años:	12	18	30
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 62 años:	9	15	24
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 63 años:	8	16	24
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 64 años:	16	19	35
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 65 años:	10	20	30
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 66 años:	13	10	23
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 67 años:	6	7	13
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 68 años:	11	13	24
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 69 años:	8	12	20
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 70 años:	13	9	22

Población de la Parroquia Cunchibamba de: 71 años:	10	7	17
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 72 años:	12	12	24
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 73 años:	6	8	14
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 74 años:	7	10	17
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 75 años:	3	8	11
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 76 años:	2	4	6
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 77 años:	5	6	11
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 78 años:	6	4	10
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 79 años:	5	9	14
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 80 años:	4	8	12
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 81 años:	4	4	8
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 82 años:	6	9	15
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 83 años:	1	2	3
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 84 años:	1	5	6
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 85 años:	3	4	7
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 86 años:	2	4	6
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 87 años:	4	1	5
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 88 años:	2	1	3
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 89 años:	1	3	4
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 90 años:	-	4	4
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 91 años:	3	1	4
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 92 años:	-	1	1
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 95 años:	1	2	3
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 96 años:	1	1	2
Población de la Parroquia Cunchibamba de: 97 años:	-	1	1
<b>Población de la Parroquia Cunchibamba de: Total años:</b>	<b>2107</b>	<b>2368</b>	<b>4475</b>

FUENTE: <http://redatam.inec.gob.ec>

**Anexo N° 3:** Constitución Política del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.-El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada

## **Anexo N° 4: Ley de Comunicación**

### **LEY DE COMUNICACIÓN**

Prevalencia de Contenidos.- En todas las formas y medios para realizar la comunicación se hará prevalecer a los contenidos con fines informativos, educativos y culturales. Se garantizará la promoción de una cultura de paz y democracia, así como la igualdad de derechos, el respeto a la dignidad de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y la diversidad de sus culturas e historias; se fomentará la creación de espacios para la difusión de producción nacional independiente.

#### **Sección Tercera**

##### **Medios de Comunicación Comunitarios**

Art 61-Los medios de comunicación comunitario son aquellos cuya propiedad, administración, y dirección corresponden a comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos, así como organizaciones, culturales, sociales y educativas. Tendrán fines sociales y culturales; gozaran de autonomía, para construir y definir contenidos, respetando los principios determinados en la Ley.

Art 62- Su función estará encaminada a la implementación de la pluriculturalidad e interculturalidad, la expresión de la diversidad e identidad de las comunas, comunidades, pueblos, nacionalidades y colectivos ciudadanos; en el ejercicio de los derechos de la comunicación, a la información, a la libertad de expresión y a la participación ciudadana.

Art 63 Los medios de comunicación comunitarios se financiaran con donaciones, aportes, auspicios y patrocinios; con la venta de sus producciones y servicios, y con la publicidad comercial. Las aportaciones del Estado o instituciones extranjeras no podrán incidir en la línea editorial del medio. El estado promoverá el funcionamiento de los medios de comunicación comunitarios a través de líneas de créditos, público, asistencia técnica y capacitación.



## Anexo N° 5: Fotografías

Cultivos de Col



Parque Central



Ganadería



Agricultura





Criadero de Cuyes



## Anexo N° 6 Certificado del GADP Cunchibamba



GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL DE  
CUNCHIBAMBA

Tungurahua

Ecuador

Cunchibamba, 24 de octubre del 2016  
Oficio N° GADPRC-181-2016.

Señores

**UNIVERSIDAD INDOAMÉRICA DE AMBATO - POSGRADOS.**

Presente

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos el GAD Parroquial Rural de Cunchibamba, a la vez auguramos el mejor de los éxitos en sus labores diarias.

Su maestrante Comunicadora Social ADRIANA ROMERO CUERVO, nos ha hecho partícipes de su proyecto de educación social "PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UN ESPACIO DE COMUNICACIÓN EN RADIO PARA PROMOVER LA INTEGRACIÓN COMUNITARIA EN LA PARROQUIA DE CUNCHIBAMBA POR MEDIO DE PROGRAMACIÓN EDUCATIVA" que ha preparado para su posgrado de Máster en Desarrollo de Proyectos Socioproductivos, por lo cual nos hemos sentido profundamente satisfechos, tomando en cuenta la importancia de esta investigación y el nivel profesional de la propuesta para nuestra parroquia.

Los objetivos del proyecto buscan los mismos hilos que desde este GADPRC se mueven día a día, para encontrar alternativas que integren de manera social y productiva nuestra comunidad. Es por eso que nos mostramos interesados en esta propuesta, para implementarla en cuanto nos sea posible y ojalá sea en un futuro cercano.

Por la favorable atención que dé al presente me suscribo.

Atentamente,

Sr. Armando Pinto  
**PRESIDENTE GADPRC**



TPH/II  
Canchibamba

Dirección: Pácospita Cunchibamba, Panamericana Norte Km 12, barrio Centro  
Teléfono: 032476028 Celular: 0996921514

e-mail: [gadcunchibamba@hotmail.com](mailto:gadcunchibamba@hotmail.com)